



Binden en boeien van Gen Z

how to: motiveren van nieuwe generaties



De arbeidskrachte viert momenteel hoogtij. Veel medewerkers hebben het zwaar; ze werken zich al maanden de tandjes en ervaren een enorme werkdruk. Nieuwe medewerkers worden vaak in het diepe gegooid en moeten zich voor een groot deel zelfstandig hun nieuwe werkomgeving eigen zien te maken. Hun manager wéét dat hij meer aandacht zou moeten hebben voor zijn mensen om verloop te voorkomen, maar ervaart eveneens een enorme werk- en regeldruk. De mailbox stroomt vol met 'moetjes' en de hectiek van alle dag maakt dat ze gevoelsmatig geen tijd hebben om zich te bekommeren om het binden en boeien van hun mensen. En **medewerkers, met in het bijzonder de nieuwe, jonge mensen die nog weinig binding met de organisatie hebben, accepteren dit gebrek aan aandacht niet.**

Zonde! Want vers geworven talent te snel zien vertrekken zorgt voor nog meer werkdruk bij de blijvende medewerkers.

Wat kun jij doen om jonge generaties vol intrinsieke motivatie, aan te zetten tot maximale prestaties?

In deze Whitepaper geven we je handvatten hoe je Gen Z kunt motiveren met behulp van het inzetten van digitale tools. We leven tenslotte in het digitale tijdperk, waarin online en mobiel verbonden zijn het nieuwe normaal is geworden en waar het verhogen van de Fan Factor ook prima door middel van online interventies kan.

DE GEMIDDELDE NEDERLANDER BRENGT **148 MINUTEN** OP ZIJN SMARTHPONE DOOR
BIJ NEDERLANDERS TOT 30 JAAR IS DIT **4 UUR PER DAG**
SINDS 2017 IS INTERNETVERKEER VIA SMARTPHONES EN TABLETS **GROTER DAN VIA**
DESKTOPS
90% VAN MOBIELE TIJD WORDT BESTEED AAN APPS

Nieuwe generaties zijn online veelvraters; zij zijn avontuurlijk en houden van entertainment. Bij het motiveren van je medewerkers, kun je er niet omheen deze doelgroep op de juiste manier te bedienen. Vergeet niet **door te lezen tot het einde, waar we je een minilesje geven** over het inzetten van hormonen om intrinsieke motivatie bij jouw medewerkers aan te wakkeren.

Veel leesplezier!

Onze **mobiele, verbonden en door elkaar geschudde samenleving** vraagt in deze tijden om een nieuwe aanpak in de manier waarop we medewerkers motiveren, trainen, betrekken en benaderen. Individuen verwachten dat informatie relevant is en op ieder moment, in kleine hoeveelheden en buiten de traditionele klaslokalen of ontmoetingsplekken om beschikbaar is. Dat wordt samengevat in het “just enough, just in time, just for me” model voor flexibel leren.

JUST IN TIME – alles bij de hand op het moment dat jij het nodig hebt

Door zoekmachines zoals Google zijn we gewend geraakt aan de mogelijkheid om altijd direct het antwoord op een vraag te vinden. Met een smartphone op zak zijn we verwend geraakt aan de gewoonte om dat op ieder moment te kunnen doen. Mensen verwachten dat informatie beschikbaar is op het moment dat je het nodig hebt en willen zelf bepalen op welke momenten zij wat doen.

JUST ENOUGH – niet te veel, niet te weinig

Zoals de ‘forgetting curve’ van Hermann Ebbinghaus laat zien, vergeten mensen zo’n 40% van wat ze hebben gehoord, binnen 20 minuten. Een dag later weet iemand meestal nog maar 30%. Uitgebreide trainingen zijn dus in feite zonde van iemands tijd en energie. Kiezen voor korte, bite-size trainingen en herhaling is effectiever om gedrag te veranderen.

JUST FOR ME – relevante content is leuk & effectief

De keuze aan content is reuze, dus hoe relevanter hoe beter. Mensen willen informatie, tips en inspiratie waar ze wat aan hebben. Medewerkers willen dingen horen en lezen die ze direct kunnen toepassen in het werk wat ze doen.



UITDAGINGEN ZIJN ER ALTIJD



Naast de nieuwe uitdagingen rondom personeel door de uitbraak van corona, is het voor de meeste organisaties altijd al een flinke uitdaging geweest om het betrekken en ontwikkelen van medewerkers genoeg aandacht te geven. De complexiteit met het personeelstekort maakt deze uitdaging alleen maar lastiger.

Operationeel verantwoordelijken worden vaak ingehaald door de dagelijkse praktijk. Want hoe goed iemand ook weet dat zijn mensen superbelangrijk zijn, **de mailbox, klant of deadlines gaan toch 9 van de 10 keer voor**. Dus schiet aandacht, communicatie en het trainen van medewerkers erbij in.

Gevolg?

- Medewerkers die zich verloren voelen
- Medewerkers die zich niet gewaardeerd voelen
- Medewerkers die niet op de hoogte zijn van belangrijke wijzigingen
- Medewerkers die zich niet kunnen ontwikkelen

En precies dít zijn aspecten die cruciaal zijn om Gen Z te binden en boeien.

Aandacht, communiceren en trainen is in deze tijden van verandering nóg belangrijker dan ooit, om ze aan boord te krijgen bij de nieuwe doelen en werkwijzen binnen de organisatie.

Operationele uitdagingen zijn er en verdwijnen niet. Er zal altijd te veel te doen zijn voor te weinig tijd en ook externe uitdagingen zijn een constante. Goede excuses voor het gebrek aan aandacht voor je mensen zijn dat dus niet. Je kunt beter een manier vinden om het duurzaam in de processen van je organisatie op te nemen. Uitdagingen ombuigen naar kansen, bepaalt het duurzame succes van een organisatie. Bovendien, levert het creëren van fans van werk & merk onder je medewerkers echt wat op.

FANS...

- PRESTEREN TOT **27%** BETER DAN COLLEGA'S
- ZIJN **12-20%** PRODUCTIEVER
- BESPAREN NEDERLANDSE WERKGEVERS **€3.3 MILJARD** PER JAAR DOOR **-1%** ZIEKTEVERZUIM

EEN DIGITALE OPLOSSING, IN DE PRAKTIJK



Je jaarlijkse MTO uitkomsten vertellen je dat je verbeterpotentieel hebt op het gebied van het betrekken, informeren, binden, motiveren en opleiden van je mensen. De krapte op de arbeidsmarkt zorgt ervoor dat je de MTO uitkomsten **niet kunt negeren; je móet handelen**. Leidinggevenden voelen de bui al hangen; nóg meer werk te doen?

Medewerkers -helemaál de generaties die nu de arbeidsmarkt betreden- motiveren door middel van digitale oplossingen **klinkt misschien gek**. Toch is dit de toekomst. Zoals je tegenwoordig voor alles digitale ondersteuning kunt vinden, kan dat ook de oplossing zijn voor de operationele uitdagingen van nu. Een populair hulpmiddel op de werkvloer is steeds vaker een medewerkers app. Meer en meer organisaties in diverse branches werken met een app om hun medewerkers te bereiken, te betrekken, (opnieuw) in te werken en/of te trainen. En dat is niet voor niets.

Snel, effectief en spelenderwijs online leren.

Uitdaging en ontwikkeling zijn belangrijke elementen voor medewerkers om geboeid te blijven en zich aan een werkgever te binden. Zoals het *just in time, just enough, just for me* model toelicht, vraagt dat om een nieuwe aanpak. Sommige digitale platforms geven de mogelijkheid om e-learning aan te bieden, weliswaar in een nieuw jasje. Geen urenlange trainingen met lappen tekst maar korte 5-minutentrainingen, die iedereen op een zelfgekozen moment kan maken. Zo'n **39%** van de Gen Z wil meer virtueel 'onderwijs' in zijn werk en in 2025 zal **75%** van de beroepsbevolking 'Gen Z zijn. **Smart e-learning is de toekomst**; online leren op een korte, interactieve en spelachtige manier.

Door spelelementen toe te voegen wordt digitaal leren niet alleen praktisch maar ook leuk voor medewerkers, waardoor er tot **5 keer** meer geleerd kan worden in dezelfde tijd. En een competitie-element kan het gewenste gedrag in de praktijk verder stimuleren.

Geautomatiseerd digitaal onboarden.

Een slecht of geen inwerkprogramma is een grote gemiste kans. Medewerkers die echt aan boord zijn bij jouw organisatie dragen namelijk bij aan **19%** meer marktpenetratie, een hogere retentie van patiënten/cliënten (**11%**) en medewerkers (**16%**) en wel **24%** meer betrokken medewerkers. Dat geldt niet alleen voor nieuwe medewerkers, ook bestaande medewerkers moeten op de hoogte blijven van waar de organisatie naar toe gaat, wat ze kunnen verwachten en hoe processen werken. In tijden van veel veranderingen is het des te belangrijk ook in de **onboarding van huidig personeel** te investeren zodat iedereen z.s.m. optimaal kan meedraaien op de werkvloer.

Door bovenstaand deels digitaal, bijvoorbeeld in een medewerkers-app, te ondervangen, kun je dit proces automatiseren. Dat zorgt voor tijdsbesparing en het makkelijker waarborgen van één kwaliteitstandaard. Door trainingen en speciale content digitaal beschikbaar te maken, hoeft alles maar één keer klaargezet te worden en zorgt de app ervoor dat het precies op de juiste momenten bij de (nieuwe) medewerker aankomt.

Makkelijk en modern direct communiceren met iedereen.

Medewerkers willen weten wat er van hen verwacht wordt, waar ze aan bijdragen en wat er speelt in een organisatie, al helemaal in een periode als deze. Alleen als ze daarvan op de hoogte zijn, kun je van hen verwachten dat ze een stapje extra zetten en een grote bijdrage leveren. Daarvoor is heldere communicatie cruciaal. Met oude communicatiemiddelen kom je tegenwoordig niet ver genoeg. Nieuwe generaties zijn online veelvraters, avontuurlijk en houden van entertainment. **Wekelijkse nieuwsbrieven of lange e-mails zijn niet het entertainment waar zij naar op zoek zijn.** Dynamische berichten met visuele storytelling, gifjes en foto's wel.

WhatsApp blijkt niet ideaal; een WhatsApp groep met meer dan 10 deelnemers is al snel een chaotisch geheel, werk en privé lopen in elkaar over en de controle is gebrekkig. Los daarvan zijn security- en privacy-issues misschien nog wel het grootste risico, want ook al houd je vertrouwelijke informatie binnen de interne groep, toch komt er allerlei metadata op Amerikaanse servers te staan. Daarvoor kan een app voor interne communicatie de uitkomst zijn.

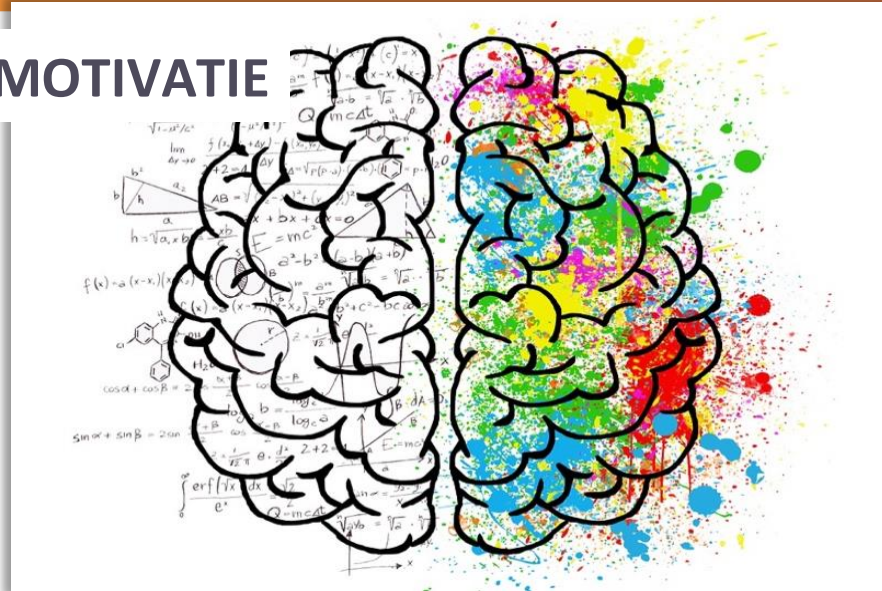
Neem bijvoorbeeld een grote zorgorganisatie in het oosten van het land; zij gebruikte haar [medewerkerapp](#) om iedereen vanaf het prille begin van de coronaperiode te informeren over de maatregelen en de gevolgen voor iedereen's werk. De bestuurder startte zelfs een succesvolle wekelijkse livestream waarin hij honderden medewerkers tegelijk toesprak, op afstand. Dit resulteerde in 5,6 keer zoveel inlogs in de medewerkerapp: de [Fan App](#).

Een sociale community creëren.

Om te werken aan gemotiveerde en betrokken medewerkers is meer nodig dan enkel communicatie zoals informatieverstrekking vanuit de organisatie. Daar is een veilige omgeving met interesse in elkaar voor nodig. We weten dat het mogelijk is om zo'n omgeving digitaal te faciliteren, lees het succes van Facebook; de grootste online plek voor social communities wereldwijd. Maar wat maakt social media dan zo leuk? **Het is visueel en interactief.** De meest succesvolle en veelgebruikte medewerkers-apps zijn ingericht als een sociale community waarin ideeën, inspiratie en vragen met elkaar worden gedeeld. En waarin interactie, zoals een optie om commentaar te geven op een bericht, mogelijk is. Zo ontstaat een groepsgevoel en verbinding, zonder dat iedereen fysiek met elkaar samenwerkt: cruciaal in deze periode.



STIMULEER INTRINSIEKE MOTIVATIE



Een medewerkers app is een ideaal middel om het bereiken, betrekken, trainen en onboarden van personeel makkelijker, goedkoper en beter te maken. Maar, het succes hiervan valt of staat bij wat je met het platform doet en waar je het platform mee vult. Slim gebruik maken van zowel de technologie als biologie is hierbij **onze gouden tip**.

Waarom biologie?

Hormonen in ons lichaam zorgen ervoor dat we dingen voelen zoals vrolijk zijn, trots zijn of je voldaan voelen. En ze zorgen er ook voor dat we dingen doen, die in ons eigen bestwil zijn. Die combinatie van een goed gevoel en de motivatie om iets uit te voeren noemen we intrinsieke motivatie. **En dat is precies wat een werkgever bij zijn medewerkers wil aanspreken; dat ze intrinsiek gemotiveerd zijn om succesvol te zijn in hun werk en de organisatie beter te maken.** Deze hormonen kun je gericht aanspreken door de juiste dingen te doen en vragen van je medewerkers;

4 tips om medewerkers intrinsiek te motiveren

1. BIED UITDAGING

Zolang iemand ervaart dat hij ergens moeite voor moet doen, wordt hij beloond met een opwekkend gevoel wat ervoor zorgt dat hij met datzelfde gedrag door blijft gaan. **Dus?** → Maak het online leren niet te makkelijk. Veel platformen bieden de mogelijkheid om quizvragen toe te voegen aan een training. Zo kan het kennisniveau getest worden en worden medewerkers uitgedaagd om goede scores te halen. Sommige tools geven de werkgever ook toegang tot de prestatie-data van hun medewerkers. Hiermee kan een leidinggevende in de gaten houden welke scores worden behaald en voorkomen dat sommigen zich gaan vervelen.

TIP: Organiseer eens werkdrukverlagende of klanttevredenheid-uitdagingen op de werkvloer die lastig lijken zonder dat ze onrealistisch zijn.

2. STEL DOELEN

Wanneer iemand een duidelijk doel in zicht heeft en daar steeds dichterbij komt krijgt hij een opgewekt gevoel, wat hem motiveert om dingen voor elkaar te krijgen. **Dus?**

→ Zorg dat medewerkers op de hoogte zijn van waar zij aan bijdragen. Prikkel medewerkers continu door bijvoorbeeld eens in de zoveel tijd een mini-quiz uit te sturen met vragen over de koers van de organisatie.

Sommige platformen laten een tussenstand van de behaalde scores op online trainingen zien, van individuen en/of teams. Door als team af te spreken voor welke eindscore je samen wilt gaan, kun je elkaar motiveren om echt je best te doen.

TIP: Deel de voortgang van die werkdrukverlagende uitdagingen dagelijks in de app.

3. ERKEN, WAARDEER, COMPLIMENTEER

Iemands gevoel van status, trots en zelfvertrouwen schiet omhoog als hij zelf erkenning en waardering krijgt van een ander én wanneer hij getuige is van de erkenning die een ander krijgt. **Dus?**

→ Zet je medewerkers in het zonnetje! Maak bijvoorbeeld foto's en video's van de momenten waarop medewerkers goed bezig zijn en deel deze, direct op dat moment of in een terugkerende rubriek, met iedereen in de app. Dan zorgt het niet alleen voor het gevoel van trots van die ene persoon maar ook van de rest van de collega's.

TIP: Is die georganiseerde uitdaging afgelopen? Maak dan de winnaars feestelijk bekend met iedereen, voor een boost van zelfverzekerdheid voor de winnaar(s)!

4. HELP ELKAAR

Wanneer iemand gul is, in de zin van **tijd en energie** die je aan een ander besteedt zonder daar iets voor terug te verwachten, krijgen de gever, de ontvanger en de getuige van de gulle daad een warm gevoel van verbinding en vertrouwen. **Dus?**

→ Iedereen heeft zijn eigen talent en kan zo dus een ander helpen door kennis te delen. Spoor medewerkers aan om hun expertises te laten zien door bijvoorbeeld tips te geven in korte, zelf opgenomen video's. Leuke vlogs met leerzame content, van een medewerker zelf, slaan goed aan bij collega's omdat zij zich met hem/haar kunnen identificeren. Dit is een effectieve, kosten efficiënte manier om leercontent te maken én stimuleert de onderlinge verbinding van een team!

TIP: Probeer vooral team-uitdagingen te organiseren om het gevoel van 'we doen het samen' te stimuleren.

MEER INFORMATIE, INSPIRATIE EN/OF OPLOSSINGEN?

Het is onze missie om medewerkers meer fan te maken van hun werk. Daarom helpen we je graag verder bij het verbeteren van je werkgeverschap.

- Lees meer over het creëren van fans van werk en merk in onze [blogs](#)
- [Meet de Fan Factor en jouw prioriteiten met behulp van de Fan Scan; hét 2.0 medewerkeronderzoek waarbij de medewerker zélf direct met zijn uitkomsten aan de slag kan!](#)
- Ontdek hoe onze medewerkers app, de [Fan App](#), jou helpt om zorgmedewerkers digitaal te motiveren, betrekken en trainen. Bekijk alvast het [demo filmpje](#).
- Laat je adviseren in jouw uitdagingen in een [persoonlijke afspraak](#) met onze consultants.

