

Retailer, ben jij gelukkig?

04-11-2014 10:41

Als retailers het talent van hun medewerkers centraal stellen, zien ze dat direct terug in het bedrijfsresultaat. Nu blijft veel potentieel van personeel onbenut terwijl we het snoeihard nodig hebben om innovatief te blijven, onze klanten blij te maken en te overleven.

De tijdgeest

Mindfull, gelukkig zijn, van betekenis zijn, je innerlijke drijfveren volgen, verlangen... Formuleringen die je bij de eerste uitgave van Retailtrends, of waar dan ook 10 jaar geleden, niet snel tegen zou komen of zelf in de mond zou nemen. Tenminste, niet gerelateerd aan bedrijfsvoering, winst, productiviteit of medewerkers. De focus lag op financiële groei en economische vooruitgang. En alles wat daarvoor nodig was, was gepermitteerd als de ultieme weg naar succes.

Van oud naar nieuw

Al die economische groei heeft geleid tot een zekere verarming. En dan heb ik het niet over de crisis. Geld is niet meer nummer één. Persoonlijke ontwikkeling, van betekenis zijn en je verbonden voelen, dát zijn de issues die mensen bezig houden. En dus houdt het organisaties bezig.

Het eerste hoofdstuk uit de Trendrede van 2015 heet 'Ondertussenheid'. Een treffende uitdrukking die aangeeft dat 'we in de tijd leven dat we het oude los moeten laten en maar het nieuwe nog niet op volle sterkte is'. Ondertussen krijgen termen als geluk, eigenheid en verbinden, vaste grond in organisaties en hun bedrijfsvoering.

Geluk als concurrentiewapen

Bedrijven anno nu realiseren zich dat mensen dé succesfactor zijn. Daarbij groeit het besef dat gelukkige medewerkers een onderscheidende factor zijn in de concurrentie met anderen. Daar is meer voor nodig dan een pakketje arbeidsvoorwaarden, lekker eten in een bedrijfsrestaurant of ergonomische werkplekken. Belangrijk, maar daar ga je als werknemer niet van 'kicken'.

Het valt mij op dat de factor 'medewerker' in de retail wel genoemd wordt in lezingen of onderzoeken, maar meer dan 'aanstippen' is het niet. Nooit heb ik, op welk toonaangevend retailcongres dan ook, een bevlogen verhaal gehoord over het belang van gelukkige medewerkers. Wist je dat zij creatiever en ondernemender zijn en zich met meer passie inzetten voor (de doelstellingen van) hun bedrijf? Dat gelukkige bedrijven sprankelen en inspireren, wendbaarder zijn en beter naar hun klanten luisteren? Dat die op hun beurt dit weer merken en waarderen en zich maar wat graag willen verbinden aan deze bedrijven? Gelukkige bedrijven zijn succesvoller, dat hebben internationale onderzoeken allang aangetoond!

Medewerkers met een smile

Stel je voor dat je medewerkers met een big smile je klanten tegemoet treden? Dat je managers hun team met een warme glimlach begroeten in plaats van targets?

Ik geloof heel sterk dat als je het talent van mensen centraal stelt dat al de nodige 'smileys' oplevert. Wanneer je je ook nog aandachtig kan richten op de potentie van je medewerkers en op het optimaal benutten ervan, dan komen de lachende medewerkers je tegemoet. Dit is – aantoonbaar - direct terug te zien in het bedrijfsresultaat. Talent centraal stellen is echter geen vanzelfsprekendheid.

Helaas zie ik dat men nog vaak terug grijpt naar vastomkaderde functieomschrijvingen en takenpakketten. Veel potentieel van mensen blijft daardoor onbenut terwijl we het snoeihard nodig hebben om innovatief te

blijven, onze klanten blij te maken en te overleven. Hier ligt dus een kans om te grijpen. Niets is zo veranderlijk als de mens, veranderen dat kunnen wij. Gelukkig.

Etchica Voorn

Talentroom.eu