

VDS: engagement als sleutel tot succes

VDS, met als subtitel 'know how to grow' staat in de Nederlandse top vijf van incompany trainingsbureaus. VDS helpt de prestaties van klanten te verbeteren door training van individuen, teams en organisaties. Het versterken van het 'engagement' van medewerkers is daarbij een sleutelwoord.

gericht op partnership met zijn klanten. Om die reden heeft VDS zich gefocust op het bedienen van een select aantal voornamelijk grote bedrijven waarmee langdurige relaties werden aangegaan. "Naamsbekendheid stond voor ons altijd minder centraal dan goed werk leveren bij onze klanten. We zeiden dan ook altijd dat we 'wereldberoemd zijn' bij onze klanten. Nu is het tijd om verdere bekendheid te krijgen in de markt, omdat dit van een topspeler nu eenmaal verwacht wordt", geeft Huib Broekhuis, directeur van VDS, aan. Broekhuis studeerde Bedrijfskunde aan de Erasmus Universiteit en leerde daar vooral veel over de 'harde' kant van organisaties. Hij vervolgt: "Als de strategie, structuur en systemen staan, dan werkt het allemaal wel, zo werd geredeneerd. Maar in praktijk bleek dat de zogenaamde 'softe' kant voor een zeer groot deel het uiteindelijke resultaat bepaalde. Dan gaat het om de motivatie, inspiratie, competentie, gedrevenheid en passie van de mensen die het feitelijke werk doen. Het interessante is nu dat het niet of/of is maar en/en. Zowel hard als zacht zijn cruciaal voor succes. En juist in de combinatie van hard én zacht heeft VDS een sterke positie verworven. Ironisch genoeg heeft de recessie die ontstond na 2001 ons daar erg goed bij geholpen. Immers, in die periode zat bijvoorbeeld niemand te wachten op verkooptrainingen, maar wel op verkoopverbetering. Deze nuancering is kenmerkend voor onze aanpak. We richten ons samen met de klant op het resultaat dat bereikt moet worden. Van daaruit worden interventies op maat ontwik-

keld en uitgevoerd. Het beoogde resultaat vormt daarbij ons gezamenlijke doel."

Loyale klanten

De visie van VDS is dat duurzame resultaten worden behaald als organisaties erin slagen

**'Een bewezen
aanpak voor meer
omzet'**

om van klanten zeer tevreden en dus zeer loyale klanten te maken. Broekhuis: "Wat daarvoor nodig is, is dat de frontlinie van je organisatie enorm z'n best doet om klanten goed te bedienen. Met passie, gedrevenheid, verantwoordelijkheidsgevoel en de ambitie om een verschil te maken. Persoonlijk leiderschap noemen we dat. Klanten merken dat, voelen dat en waarderen dat. Persoonlijk leiderschap ontwikkel je niet door meer trucjes aan te leren, maar juist door mensen te helpen om hun echtheid naar boven te halen. Dat geeft mensen kracht!"

Leiderschap

Broekhuis vervolgt: "Om dit te laten werken zijn leiders nodig binnen het bedrijf die oog hebben voor de harde én zachte kanten. Die sturen op resultaten, output én op de kwaliteit van interactie met klanten, loyaliteit en



Huib Broekhuis

tevredenheid. Die hun medewerkers centraal stellen in plaats van uitsluitend zichzelf. Die 'serving' zijn naast 'selfserving'. Leiderschap is cruciaal in de interventies van VDS. Dat maakt ons werk zo mooi: we werken in een bedrijfsomgeving die nogal eens koel en zakelijk overkomt. Door daar ook de zachte aspecten bij te betrekken ontstaat een omgeving waarin mensen tot bloei komen en het beste van zichzelf geven, omdat ze zinvol en inspirerend werk verrichten. We hebben daarbij een sterk geloof dat mensen tot veel meer in staat zijn dan ze over het algemeen voor mogelijk houden en helpen in onze trainingen om mensen dat te laten ontdekken. De meerwaarde van VDS is dat we snappen waar het in bedrijven om

gaat en dat kunnen vertalen in oplossingen die werken. Soms is dit honderd procent maatwerk, soms gebruiken we best practices, vaak verwerken we trainingsconcepten die bewezen succesvol zijn. Daarbij kunnen we interventies aan voor één, tien of 10.000 mensen door ons flexibele organisatie-model en krachtige backoffice."

Engagement

Broekhuis besluit: "Uit recent onderzoek blijkt dat het management van ondernemingen het vergroten van 'engagement' als een van de belangrijkste prioriteiten ziet. Engagement heeft een grote invloed op klantloyaliteit, productiviteit en behoud van mensen en daarmee op winstgevendheid en

bottomlineresultaten. Het goede hiervan is dat leidinggevendenden het belang van inzet, motivatie en betrokkenheid inzien als sleutel tot succes. Het slechte nieuws is dat uit datzelfde onderzoek blijkt dat slechts circa 24% van de medewerkers 'engaged' is. Circa 50% is 'disengaged' en zo'n 26% is zelfs 'actively disengaged'. Dat gaat dus om mensen die actief hun best doen om hun organisatie tegen te werken! Juist nu er zo veel verandering gaande is, tekenen van recessie steeds duidelijker zijn en de 'war for talent' alleen maar lijkt toe te nemen is engagement cruciaal om de productiviteit en zorg voor klanten op een hoog niveau te houden. Daar is dus nog veel werk te verrichten waar VDS graag bij wil helpen."