
Missiekritisch HR-beleid met de mens centraal gesteld

Van data naar dialoog

2DAYSMOOD Whitepaper oktober 2024



Inhoudsopgave

Van data naar dialoog: missiekritisch HR-beleid met de mens centraal gesteld	1
Wat is datagedreven?	4
Hoe houd je het menselijk als het draait om cijfers?	6
Hoe laat je mens-centrische datagedreven HR voor je werken?	8
Zelf slimmer meten wat er werkelijk speelt	13
Creëer meer werkgeluk met 2DAYSMOOD	15
Waarom integraties met HR-systemen belangrijk zijn voor foutloze en up-to-date processen	17
Conclusie: aan de slag	18

01

Het juist gebruik van data is missiekritisch voor HR. Data biedt inzicht in menselijke behoeften, dus helpt om de mens werkelijk centraal te zetten. Wie de potentie en waarde van data links laat liggen krijgt dat niet voor elkaar, dus kan onmogelijk de dialoog starten. Bovendien gaat er mogelijk talent verloren, of wordt dat in eerste instantie al gemist. Daarom is de data missiekritisch voor HR en de organisaties in de breedte.

Uit **onderzoek door Evanta** blijkt dat succesvolle organisaties een positieve employee experience creëren in een bedrijfscultuur die aansluit bij wat medewerkers belangrijk vinden.

Aanvullend laat een **analyse door Forbes** zien dat vooral balans in de ontwikkeling van hard skills en soft skills voor hooggeschoolde medewerkers het verschil maakt. Specifiek blijken kwaliteiten als het vermogen om initiatief te nemen, om te netwerken en om aanpassingsvermogen te ontwikkelen cruciale eigenschappen voor succes. Ook (mentale) veerkracht en vitaliteit spelen een belangrijke rol. De ontwikkeling van die eigenschappen vragen om voldoende ruimte voor medewerkers, net als aandacht voor de (feedback)relatie tussen bedrijven en hun medewerkers.

Zonder data kun je niet doelgericht verbeteren

Om de tevredenheid van medewerkers op de werkvloer te verbeteren is het essentieel om die in eerste instantie te meten. Vervolgens is het belangrijk om veranderingen in de tevredenheid doorlopend te meten, of in ieder geval periodiek. Alleen op die manier komen trends aan het licht, op basis waarvan het mogelijk is om werkgeluk (vaak uitgedrukt in tevredenheid, betrokkenheid en bevoegenheid) van medewerkers doelgericht te verbeteren.

Dus zoek je bijvoorbeeld een manier om medewerkers te helpen vaardigheden en skills te ontwikkelen op een wijze die zij belangrijk vinden? Dan zal je ze moeten vragen wat ze belangrijk vinden. Dus vraag ze naar wat ze waarderen. Of wat ze missen, en graag zouden ontwikkelen.

Dat hoeft niet letterlijk en uitsluitend tijdens een 1-op-1-gesprek met iedereen binnen de organisatie (al kan dat well!), omdat er slimme methoden bestaan om deze data te verzamelen. Bij 2DAYSMOOD ontwikkelde we samen met de universiteit Utrecht een model om werkgeluk te meten. Niet eenmalig, maar doorlopend en op een laagdrempelige wijze.



02

Wat is datagedreven?

Human Resources is mensenwerk. Maar, het zou zonde zijn om geen gebruik te maken van data en analytische technieken om beslissingen te onderbouwen en optimaliseren.

De invloedrijke studie *The Impact of Human Resource Management Practices on Turnover, Productivity, and Corporate Financial Performance* door Huselid in 1995 legde tientallen jaren geleden de basis voor deze visie en aanpak. Cascio & Boudreau beschreven in 2011 in hun boek *Investing in People: Financial Impact of Human Resource Initiatives* hoe data-analyse HR-professionals in de praktijk kan helpen om efficiëntere beslissingen te nemen.

Datagedreven HR biedt vele kansen op het gebied van werving, takenbeheer, prestatiebeheer en bijvoorbeeld het behoud van medewerkers. Het zorgt voor gerichte aandacht, objectiviteit en betere strategische beslissingen. Die dragen vanuit meer tevredenheid en betere betrokkenheid van medewerkers bij aan de optimalisatie van de HR-inzet.

Kansen voor organisaties die datagedreven willen werken

De komende maanden en jaren zullen steeds meer organisaties de voordelen van datagedreven HR ontdekken. Bovendien nemen de voordelen toe, nu het aantal toepassingsmogelijkheden toeneemt. De datagedreven aanpak draagt bij aan:



Meet de behoeften en tevredenheid bij medewerkers

Dankzij deze data is het makkelijker om proactief de ervaringen van medewerkers in te zien, te analyseren en daarna te verbeteren. Dat biedt mogelijkheden om het verloop te verlagen en de betrokkenheid te verhogen, zodat de investering zich dubbel en dwars terugbetaalt.



Beter talentmanagement binnen de organisatie

Data kan helpen het beste talent te identificeren, kan voorspellen wat toekomstige behoeften van medewerkers zijn en kan helpen bij het ontwikkelen van effectieve trainingsprogramma's. Allemaal dragen ze bij aan beter talentmanagement, binnen de organisatie.



Efficiëntie en kostenbesparing

Uiteindelijk levert dat geld op, dankzij de gerichte aanpak van HR. Het is efficiënter om in te spelen op wat medewerkers werkelijk belangrijk vinden, en wat bijdraagt aan hun tevredenheid en betrokkenheid. Dankzij de kostenbesparing verdient de investering in medewerkers zichzelf terug.

3 voorbeelden uit de praktijk

Dankzij meer data, betere inzichten en meer overzicht lukt het bijvoorbeeld om datagedreven HR in te zetten voor:

✔ Betere werving en selectie

Data-analyse bewijst welke bronnen de beste kandidaten opleveren, met de meeste betrokkenheid en hoogste tevredenheid binnen de organisatie.

✔ Check-in bij medewerkers

Met pulse-metingen verzamel je data over hoe medewerkers zich voelen aan de hand van emoties. Analyseer de data en gebruik de patronen om actieplannen te ontwikkelen en die betrokkenheid verder te verhogen.

✔ Behoud van medewerkers

Verzamel feedback en houd bijvoorbeeld exitinterviews. Krijg inzicht in het verloop en het 'waarom' erachter. Ontwikkel vervolgens strategieën om het beste talent beter te behouden.

03

Hoe houd je het menselijk als het draait om cijfers?

Wie denkt aan data maakt makkelijk de stap naar cijfers. En dus naar kwantitatief onderzoek, waarbij gemiddelden, standaardafwijkingen of zelfs logaritmische schalen de norm vormen. Hoe houd je het menselijk, als je HR vanuit data wilt verbeteren?.

Daphne Scherpenborg is Employee Happiness Consultant bij 2DAYSMOOD. Ze heeft een achtergrond in data-analyse en organisatiepsychologie, dus houdt zich bijvoorbeeld bezig met de balans tussen kwantitatieve en kwalitatieve data.



Daphne Scherpenborg

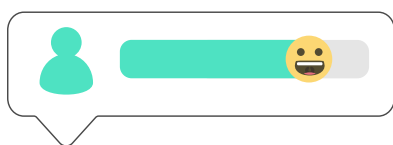
Employee Happiness Consultant - 2DAYSMOOD

Hoe verzamel je de juiste kwantitatieve data?

Hoe verzamel je de juiste kwantitatieve data voor werkgeluk? Dit begint bij een balans tussen verschillende aspecten die werkgeluk beïnvloeden. Uit onderzoek blijkt dat je alle verschillende aspecten van werkgeluk in kaart kunt brengen middels de volgende meetmethodes: Employee Net Promoter Score (eNPS), drijfveren van werkgeluk en de stemming van medewerkers

eNPS: gestandaardiseerd inzicht

Een kernonderdeel van onze kwantitatieve data is de Employee Net Promoter Score (eNPS). Medewerkers beantwoorden de vraag: "Hoe waarschijnlijk is het dat je onze organisatie zou aanbevelen aan anderen?" op een schaal van 1 tot 10. Deze wetenschappelijk onderbouwde methode meet de loyaliteit en betrokkenheid van medewerkers en vormt een krachtige benchmark om resultaten te vergelijken. Daphne legt uit: "Organisaties die met 2DAYSMOOD werken, zien significant hogere scores dan het Nederlandse gemiddelde, wat wijst op verbeterde medewerkersbetrokkenheid onder onze klanten". "Dat maakt me trots", voegt ze toe.



Drijfveren van werkgeluk: dieper inzicht

Naast de eNPS meten we bij 2DAYSMOOD ook de drijfveren achter werkgeluk. In samenwerking met de Universiteit Utrecht heeft 2DAYSMOOD het Employee Happiness Model ontwikkeld. Dit model bestaat uit de 15 drijfveren van werkgeluk dat helpt om specifieke thema's binnen de organisatie in kaart te brengen en aan te pakken. "In onze data zien we vaak terug dat onder andere waardering en interne communicatie belangrijke focuspunten zijn voor organisaties."



Stemmingsmetingen: continu inzicht

Daphne omschrijft dat het kwantificeren van emoties en stemming lastig kan lijken, maar bij 2DAYSMOOD maken we gebruik van het Russell Circumplex Model. Een wetenschappelijk model waarmee je gemakkelijk en regelmatig de stemming van medewerkers in kaart kan brengen. Dit helpt organisaties om patronen, zoals chronische stress, vroegtijdig te herkennen. Stemmingsmetingen vormen vaak de basis voor verdere gesprekken, waarbij kwantitatieve data de aanleiding is voor kwalitatieve verdieping

Van kwantitatief naar kwalitatief: De diepere inzichten achter werkgeluk

Bij 2DAYSMOOD verzamelen we niet alleen kwantitatieve data, maar duiken we ook dieper in de 'waarom' achter de cijfers. Kwantitatieve data is waardevol, maar krijgt pas écht betekenis wanneer het wordt aangevuld met kwalitatieve inzichten. Daphne legt uit: *"Als je de kwantitatieve data bekijkt, wil je ook weten waarom een medewerker zo positief of negatief oordeelt. Dit doe je door kwalitatieve methoden te gebruiken, zoals open vragen."* Deze open vragen bieden medewerkers de ruimte om hun ervaringen, emoties en meningen te delen.

Vragen als 'Wat maakt je tevreden?', 'Waarom vind je dat belangrijk?' en 'Hoe zou het anders kunnen?' geven managers inzicht in de onderliggende oorzaken van de scores. *"We helpen organisaties om te meten wat er speelt, zelfs binnen bepaalde groepen medewerkers, van een bepaalde afdeling of als ze bijvoorbeeld net in dienst zijn"* legt ze uit. Het kwantitatieve geeft dus richting, maar het kwalitatieve maakt het menselijk en toepasbaar. Deze diepere aanpak helpt organisaties niet alleen om de cijfers te begrijpen, maar ook om erachter te komen wat er écht speelt bij hun medewerkers. De kwalitatieve data vormt vaak de aanleiding om een gerichte interventie te doen.

De complete dataloop: van inzicht naar actie, en terug

Het is volgens Daphne een logische cirkel, een loop die je als organisatie steeds doorloopt. *"Dankzij kwantitatieve data krijg je ideeën over de vragen die je medewerkers kunt stellen, om het hoe en waarom te achterhalen. Managers gaan in gesprek met het team. De open antwoorden geven veel inzicht in wat er werkelijk speelt bij medewerkers."* Door die opgehaalde data om te zetten in daden is het vervolgens mogelijk om een resultaatmeting te doen, en een resultaatmeting die daarop volgt. *"Zo maak je kwantitatief inzichtelijk of de interventie het gewenste effect heeft, nadat je kwalitatief hebt vastgesteld waar je het best op kunt focussen."*

Op die manier helpt 2DAYSMOOD organisaties om het verloop en verzuim te verminderen en productiviteit te verhogen. Niet door met hagel te schieten en iets te proberen, maar door heel gericht op zoek te gaan naar de juiste aanpak. *"Je wilt niet alleen weten hoe hoog het verloop is en of dat toeneemt, maar ook waarom dat zo is, en ontdekken hoe je het kunt aanpakken en wat je ermee kunt, om er concreet mee aan de slag te gaan"* besluit Daphne.



04

Hoe laat je mens-centrische datagedreven HR voor je werken?

'Data verzamelen deden we twintig jaar geleden'. Céline Lustig opent stellig, omdat ze een heel duidelijke missie heeft. Ze werkt als Strategic Corporate Happiness Expert bij 2DAYSMOOD en wil teamleiders, directies én medewerkers overtuigen van de voordelen van mens-centrische HR op basis van data.

"Het is een hele mond vol," geeft Céline toe. "Maar het is belangrijk, omdat de mens als meest waardevolle asset van een organisatie allang niet meer alleen de rol van HR is." Ze organiseert trainingen en webinars, om draagvlak te creëren bij directies en MT's, net als bij medewerkers door de breedte van de organisatie.



Céline Lustig

Strategic Corporate Happiness Expert - 2DAYSMOOD

'HR kan niet langer zonder data'

Hoe neem je de juiste mensen aan? En hoe ontwikkel je die mensen vervolgens? Volgens Céline is de traditionele top-down benadering achterhaald. Ze vertelt: *"Vooral medewerkers zelf willen graag betrokken worden bij hun employee journey. Wie zich niet herkent in genomen beslissingen voelt weinig betrokkenheid bij een organisatie."*

Om aan de juiste knoppen te draaien is data nodig, afkomstig van de medewerkers zelf. *"Het is niet het doel op zich om data te verzamelen, maar door gericht data uit te vragen ontstaat er inzicht in wat medewerkers werkelijk belangrijk vinden en waarderen,"* legt ze uit. *"Een leuke workshop, een uitje of een pingpongtafel op kantoor ziet er fantastisch uit, maar is het werkelijk waar medewerkers hun werkgeluk uit halen?"* Ze licht toe dat dit soms zit in heel andere dingen, zoals de flexibiliteit om een deel van de werkdagen naar eigen inzicht in te delen.

Blijde mensen leveren betere resultaten

"Voorheen draaide het bij veel organisaties om de output. Ze optimaliseerden hun product, zochten naar technische efficiëntie en probeerden economisch succes te boeken," vertelt Céline. Dat concept is overboord, omdat de mens een belangrijke multiplier blijkt.

Ze legt uit: *"Bedrijven die investeren in mensen presteren structureel beter. De fysieke én mentale gezondheid van mensen blijkt wetenschappelijk de beste voorspeller van succes."* Daarom zouden bedrijven volgens haar aan medewerkers moeten vragen 'wat heb jij nodig en hoe kunnen we jou helpen?'. Meer concreet: "Vraag ze wat hen energie kost. En wat ze juist energie oplevert."



Vraag niet alleen naar tevredenheid, maar ook naar hoe belangrijk dat onderwerp voor medewerkers is

Real-time inzicht en koppelen aan doelstellingen

Bij 2DAYSMOOD merkt Céline dat een aantal kenmerken van datagedreven HR het verschil maken:

✔ **Meer meten dan tevredenheid alleen**

Stel dat je medewerkers vraagt hoe tevreden ze zijn met de koffie. Als je het vraagt aan een theedrinker zal die misschien zeggen zeer ontevreden te zijn over de koffie. Dat maakt niet uit, omdat diegene liever thee drinkt. Céline legt uit: *“Vraag niet alleen naar tevredenheid, maar ook naar hoe belangrijk dat onderwerp voor medewerkers is. De combinatie van tevredenheid en belangrijkheid zegt veel meer over de werkelijke waardering.”*

✔ **Regelmatig uitvragen om trends te zien**

Beperk je niet tot eenmalig uitvragen. *“Dan heb je slechts een momentopname, die weinig tot niets zegt over de werkelijke waardering. Laat staan over de trend, die bijvoorbeeld stijgend of dalend kan zijn.”* Ze legt uit dat het belangrijk is om in real-time en regelmatig te meten, om door het jaar heen data te verzamelen over wat medewerkers nodig hebben om optimaal te presteren.

✔ **Dataverzameling koppelen aan doelstellingen**

Ten slotte is het volgens haar belangrijk om dataverzameling te koppelen aan doelstellingen. Dus blijkt er sprake van een piek in stress? *“Koppel dat aan een doelstelling om stress onder medewerkers te verlagen. Maak het SMART met een gerichte interventie op basis van behoeften, na een nulmeting. Meet op een volgend moment of de interventie het gewenste effect heeft gehad,”* licht ze toe.

De 2DAYSMOOD-methode

2DAYSMOOD werkt volgens een wetenschappelijk model, dat de basis vormt voor de eigen ontwikkelde methode. *“Dat model ontwikkelden onze specialisten bij 2DAYSMOOD samen met de Universiteit Utrecht. We zijn gekomen tot vier variabelen van werkgeluk, waarmee we de werkelijke medewerkerstevredenheid meten.”*

In deze methode onderscheiden we:

- ✔ **Medewerkerstevredenheid** (‘ik krijg energie van mijn werk’)
- ✔ **Loyaliteit** (‘ik ben loyaal aan mijn werkgever’)
- ✔ **Emoties bij medewerkers** (‘ik voel me prettig’)
- ✔ **Betrokkenheid bij de organisatie** (‘ik herken mijzelf’)

De methode gebruikt actuele data om het werkgeluk in kaart te brengen. Dat werkgeluk volgt volgens Céline uit twee belangrijke elementen: bevologenheid en tevredenheid. Ze besluit: *“Bevologen en tevreden medewerkers zitten goed in hun vel, zijn bereid om een stap extra te doen en krijgen op die manier veel meer voor elkaar.”*

“

Slechts data verzamelen is als parels voor de zwijnen

Hoe houd je van 4.000 medewerkers bij hoe zij zich voelen, wat ze waarderen en wat ze belangrijk vinden? Voor die uitdaging staat Wendy Aendekerk, HR Directeur bij Inluzio. Ze waardeert de aanpak van 2DAYSMOOD, omdat 'zij durven te experimenteren'. En omdat ze lijken te begrijpen dat meten mooi is, maar daadwerkelijk iets met die data doen echt waarde creëert, aldus Wendy.

“Met meer dan 25 jaar ervaring in HR en sinds 2015 in diverse eindverantwoordelijke rollen in meerdere sectoren heb ik veel voorbij zien komen,” legt ze uit. Voor haar taak als HR Directeur voor duizenden medewerkers loopt ze dus niet weg, al erkent ze wel de uitdagingen. “Vooral omdat we bij Inluzio werken met een zeer diverse doelgroep variërend van thuishulp tot sociaal werker, die andere behoeften hebben.”



Wendy Aendekerk

HR Directeur – Inluzio (Facicom Group)

2DAYSMOOD

Doorvragen vanuit drijfveren

Als je wilt weten wat er bij mensen speelt kun je ze vragen naar hun tevredenheid, maar dat vertelt maar een (heel) beperkt deel van het verhaal. Wendy legt uit: *“2DAYSMOOD verzamelt data vanuit 15 drijfveren. Dat geeft al veel meer informatie, al bieden alle platformen een min of meer vergelijkbaar model aan.”* Ze vertelt dat de werkelijke waarde ontstaat bij de mogelijkheid om door te vragen, vanuit de data die volgt op basis van die drijfveren.

“Het is de kunst om af te pellen. Dus door te vragen naar hoe tevreden iemand is, én hoe belangrijk diegene dat vindt. Of door de ene groep bepaalde vragen wel te stellen, die voor andere medewerkers helemaal niet relevant is.” Dat biedt flexibiliteit, zowel in de breedte als in de diepte.

“En niet onbelangrijk,” voegt ze toe: *“Dankzij emoticons om aan te geven hoe het gaat kunnen ook medewerkers die niet de hele dag achter een laptop zitten eenvoudig aangeven wat ze ervaren.”* Als de dataverwerking aan de achterkant dan vervolgens goed werkt, biedt dat de inzichten die nodig zijn om inzicht te creëren.

In gesprek vanuit de data

Het liefst zou Wendy met alle leidinggevendenden in gesprek gaan, over wat ze horen bij hun medewerkers. *“Dat lukt zolang je met 25 medewerkers bent, maar niet binnen een organisatie met duizenden medewerkers.”* Ze waardeert daarom de mogelijkheid om flexibel en laagdrempelig data te verzamelen, om aan de hand daarvan in gesprek te gaan.

“Data helpt om de biases eruit te halen, en uit te lichten waar de onderwerpen zitten om over in gesprek te gaan.” Ze beschrijft het als een ontwikkeling die al jaren terug is ingezet, en die bovendien nog niet klaar lijkt.

“Het lukt inmiddels om de feedback van mensen te verzamelen. Dankzij platformen zoals die van 2DAYSMOOD kunnen we daarover in gesprek, om verbeteringen in beleid door te voeren.” Het liefst ziet ze een voorspellend element ontstaan, om de toekomst te beïnvloeden. *“Zodat je proactief kunt bepalen dat het ziekteverzuim mogelijk zal toenemen, waardoor het nu al een goed idee is om preventief te investeren.”*

‘2DAYSMOOD durft te experimenteren’

Haar werkgever Incluzio is onderdeel van de Facilicom Group, waar ze verantwoordelijk was voor de gesprekken met 2DAYSMOOD en de keuze voor het platform. *“Dat was een bewuste keuze, waar ik tot op de dag van vandaag blij mee ben. Bij Incluzio gaan we nu werken met 2DAYSMOOD.”* Ze kijkt ernaar uit, bijvoorbeeld dankzij de ondernemende houding. *“Je merkt dat ze durven te experimenteren, om die volgende stap in de ontwikkeling van data en het gebruik daarvan te gaan zetten.”*

Wendy weet als geen ander hoe belangrijk bestuurders de traditionele MTO's vinden als kengetal voor HR beleid, maar onderkent ook dat ze als HR Directeur eigenlijk op zoek is naar veel meer diepgaande informatie. *“Daarom waardeer ik de aanpak van 2DAYSMOOD enorm. Zij begrijpen wat je vanuit HR graag wilt weten en waar de waarde zit, dus helpen om dat naar boven te krijgen.”*



05

Zelf slimmer meten wat er werkelijk speelt

Je wilt weten wat er speelt, maar het ondertussen makkelijk en toegankelijk houden.

Dat is precies waarom de jaarlijkse medewerkerstevredenheidsonderzoeken (MTO's) achterhaald zijn. Meet in plaats daarvan in real-time, vanuit een app die het medewerkers makkelijk maakt.

Krijg inzicht in wat er werkelijk belangrijk is in de strijd om talent. En wat medewerkers echt waarderen aan hybride werken. Verzamel inzichten in het hoe en waarom, net als de mate waarin medewerkers bepaald bedrijfsbeleid wel of niet belangrijk vinden.

Laagdrempelige enquêtes in een leuke app

Het zou veel zijn als je zowel wat medewerkers waarderen, als waarom ze dat doen en welk beleid ze waarderen tijdens een MTO uitvaart. Die ruimte is er niet, als je wilt voorkomen dat medewerkers halverwege afhaken. Of de kantjes er vanaf lopen om het 'af te ronden'.

Benut in plaats daarvan de langdurige werkrelatie die je met medewerkers hebt. Stel ze regelmatig vragen, om in real-time te meten wat er speelt. En om door te vragen op wat medewerkers aangeven belangrijk te vinden, te missen of juist sterk te waarderen.

Gebruik een eenvoudige en leuke mobiele app, voor laagdrempelige enquêtes die de informatie verzamelen die je zoekt. Dan verzamel je makkelijker data-inzichten, is het leuker voor medewerkers en bovendien veel waardevoller dan een traditioneel MTO.

Speel in op 8 invloedrijke HR-trends

Wij helpen organisaties te meten wat er werkelijk toe doet. Vanuit ervaren weten we wat er speelt, zoals deze 8 invloedrijke HR-trends. Hoe goed ben jij op de hoogte?

- ✔ **Strijd om talent**
Wat bewoog nieuwe medewerkers om voor jouw organisatie te kiezen?
Hoe hebben ze de onboarding ervaren en waar kan dat eventueel beter?
Met deze inzichten trek je meer nieuw talent aan.
- ✔ **Hybride werken**
Waar werken medewerkers het liefst? En hoe moet de verhouding tussen thuis en op kantoor eruitzien? Ontdek hoe hybride 'werkt' voor medewerkers, door rekening te houden met hun wensen en voorkeuren.
- ✔ **Gen Z en millennials**
Vergeet gissen en voorkom verkeerde aannames, door het ze gewoon te vragen. Wat motiveert Gen Z en hoe verschilt dat van millennials? Ontdek hoe je beide tevreden stelt.
- ✔ **Psychologische veiligheid**
Creëer een psychologisch veilige werksfeer, door rekening te houden met wat er speelt en hoe dat wordt ervaren. Vraag door en duik een laag dieper, voorbij sociaal wenselijke antwoorden.
- ✔ **Werkrelatie-(on)tevredenheid**
Hoe tevreden zijn medewerkers eigenlijk? En waar zit eventuele ontevredenheid? Breng het in kaart met eenvoudige en laagdrempelige enquêtes. Stel medewerkers de vragen waarop je de antwoorden graag wilt hebben.
- ✔ **Personeelsverloop**
Verminder personeelsverloop, door inzicht te krijgen in behoeften en daarop te sturen. Maak het medewerkers naar hun zin, zodat ze graag voor jouw organisatie blijven werken.
- ✔ **Mentale gezondheid**
Voorkom dat medewerkers ongemerkt uitgeput raken, als de werkdruk te hoog oploopt. Of houd oudere medewerkers vitaal, zodat ze langer door kunnen en hun kennis en ervaring niet verloren gaat.
- ✔ **Werk- en privéstress**
Balanceer werk en privé, om te veel stress te voorkomen. Smoor eventuele problemen in de kiem, zodat medewerkers vitaal blijven en zin hebben om hun schouders eronder te zetten.



Datagedreven werkgeluk verbeteren met 2DAYSMOOD

Bij 2DAYSMOOD geloven we in betere resultaten dankzij gelukkigere medewerkers. Ons platform stelt HR-teams in staat om met gemak en precisie aspecten van werkgeluk en specifieke HR-thema's te onderzoeken en doeltreffend te verbeteren.

Dus zoek je een manier om productiviteit en innovatie te stimuleren? Om het verloop en verzuim terug te dringen? En om de bedrijfscultuur positief te beïnvloeden? Dat is precies waarmee wij jouw organisatie kunnen helpen

Real-time meetmethode

1. Drijfverenmeting

Meet 15 wetenschappelijk bewezen werkgelukdrijfveren binnen ons Employee Happiness Model dat is ontwikkeld in samenwerking met de Universiteit Utrecht.

2. Stemningsmeting

Start een pulse-meting voor het meten van stemming en de achterliggende redenen. Dit is vorm gegeven als een 'stemmingswiel' met de mogelijkheid voor open antwoord.

3. eNPS-meting

Meer inzicht in de betrokkenheid en loyaliteit aan de werkgever, uitgesplitst in promoters, passieven en criticasters binnen jouw organisatie.

4. Verdiepende vragen

Stel doelgericht vragen gerelateerd aan een drijfveren groep (organisatie, mensen, werk, welzijn) of thema's zoals cultuurwaarden, werkdruk, hybride werken en meer.

Real-time inzicht

Volg trends op onze dashboards, maak gebruik van concrete aanbevelingen, vergelijk de resultaten met andere branches of voorspel de impact op jouw belangrijkste KPI's.

Dit waarderen onze klanten het meest.
Favoriete functies van onze klanten

2DAYSMOOD



Teams en afdelingen
onderling vergelijken



Actie-feedback-loop:
continu verbeteren



AI voor
KPI-impactanalyse en
voorspelling



Benchmarken met
andere organisaties



API-integratie met
HR-software

“

Waardevol verbonden binnen het HR-ecosysteem



Waarom integraties met HR-systemen belangrijk zijn voor foutloze en up-to-date processen

En zelfs als het maar gaat om veel minder mutaties, bieden de integraties en koppelingen belangrijke voordelen. Natuurlijk is het veel sneller, dan handmatig overnemen. Veel belangrijker is misschien nog wel het voorkomen van fouten. Om achteraf niet uit te hoeven zoeken waar het per ongeluk mis ging.

Daarom is Jan Pronk trots op de integraties en koppelingen bij 2DAYSMOOD. Hij is Managing Partner en Technology Expert, dus kent de behoeften bij klanten. *“Die organisaties koppelen ons het liefst aan hun HR-systemen. Op die manier is namelijk altijd alles up-to-date, zodra er een mutatie plaatsvindt.”* Bovendien liggen er hub-integraties op de plank. *“Die maken het mogelijk om in één keer tientallen extra integraties mogelijk te maken,”* vult hij aan.



Jan Pronk

Managing Partner en Technology Expert 2DAYSMOOD

Met AFAS, Youforce (Visma | Raet) en sdworx

Vanaf het begin had Jan een duidelijke visie: *“We willen graag koppelen, om te integreren met de HR-software die onze klanten gebruiken.”* Hij legt uit dat het organisaties veel werk scheelt én fouten voorkomt. Bovendien levert het een ander voordeel op. Hij vertelt: *“Stel dat een medewerker nieuw in dienst komt. Of een nieuwe rol krijgt, dus een andere functie. Dan wil je diegene misschien andere vragen stellen over tevredenheid, loyaliteit en Happiness. Dankzij onze koppelingen beweegt onze applicatie moeiteloos mee met alle mutaties.”*

Bovendien voorkomt het dat er enquêtes gaan naar iemand die niet meer bij de organisatie werkt. Of dat een nieuwe medewerker geen enquête krijgt, terwijl dat wel de bedoeling was. *“Organisaties willen hun onboarding en off-boarding zo efficiënt mogelijk inrichten, dus daar helpen onze koppelingen bij,”* licht hij toe. Ook ziet hij een privacy-voordeel: *“Met minder handmatige acties ben je ook veel makkelijker AVG-compliant. Je hebt simpelweg minder exportbestanden nodig, en handmatig overtypen is al helemaal iets van vroeger. Dat vinden vooral grote organisaties heel belangrijk, zo merken we.”*

Benaderen via Teams en Slack

Daarnaast koppelt 2DAYSMOOD bijvoorbeeld met applicaties zoals Microsoft Teams en Slack. *“Ook dat is een heel bewuste keuze,”* vult Jan aan. *“Je wilt medewerkers met de enquêtes benaderen via de communicatiekanalen die zij het liefst gebruiken.”*

Organisaties die werken met 2DAYSMOOD kunnen hun medewerkers enquêtes sturen via de bestaande communicatiekanalen, net als via onze app en natuurlijk e-mail. *“Zo bereik je wie je wilt bereiken, terwijl onze HR-koppelingen ervoor zorgen dat je de juiste mensen op de juiste manier bereikt,”* rondt hij trots af.

Conclusie: aan de slag

Je wilt van data naar een dialoog, om de mens centraal te stellen. Het is daarvoor belangrijk om meer en vaker te meten dan de tevredenheid van medewerkers, zoals tijdens een traditionele MTO.

Investeer in plaats daarvan in de data-dialoog met medewerkers. Door hun stemming en emoties te meten, aanvullend op de traditionele tevredenheid en bijvoorbeeld de betrokkenheid en bevlogenheid. Dan verzamel je meer waardevolle inzichten, die helpen concreet te sturen op wat medewerkers ervaren (als prettig, of juist niet).

Benieuwd hoe we daarbij kunnen helpen bij 2DAYSMOOD? **We leggen het je graag uit.**

Of meld je aan om 2DAYSMOOD **gratis te proberen.**



Wil je effectief werken aan het verbeteren van werkgeluk binnen jouw organisatie? In een adviesgesprek met live-demo laten we je graag zien hoe dit werkt en hoe jij snel kunt starten. Zo bouw je aan een gezonde, gemotiveerde en productieve werkomgeving!

Jos Mulder

Productadviseur en Organisationspsycholoog

Plan een gratis gesprek



Martin Meulenkamp

Managing Partner en HR Expert
2DAYSMOOD



Jan Pronk

Managing Partner en Technology Expert
2DAYSMOOD

2DAYSMOOD biedt HR-teams een krachtig platform waarmee ze eenvoudig en nauwkeurig werkgeluk en cruciale HR-thema's kunnen meten en verbeteren. Dankzij datagedreven inzichten ondersteunt 2DAYSMOOD het opbouwen van een positieve bedrijfscultuur, het verminderen van verloop en verzuim, en het verhogen van productiviteit en innovatie. Het platform stelt organisaties in staat om snel en regelmatig feedback van medewerkers te verzamelen, zodat ze beter kunnen inspelen op hun behoeften. Wetenschappelijk onderbouwd, gebruiksvriendelijk en volledig integreerbaar in het HR-ecosysteem en flexibel aanpasbaar aan elke organisatie.

2DAYSMOOD

2DAYSMOOD B.V.
KVK 75014580
Europalaan 100
3526 KS Utrecht
Nederland
+31 (0)30 227 1925

info@2daysmood.nl