


vooral ingegeven door verkeerde interpretatie en miscommunicatie. Dat is meteen ook het voordeel om een neutrale derde partij te betrekken in zo'n cultuuroefening", vindt van der Aalst.

Dat resulteerde in een set van gemeenschappelijke waarden en actiethema's die verankerd werden tijdens een bedrijfsbreed evenement. "Tijdens het evenement hebben we een vuurloop georganiseerd als symbool voor het vertrouwen in de stap naar een nieuwe bedrijfscultuur."

Toch wacht Netropolix niet tot de verhuizing om het actieplan te implementeren. "Uit de workshops bleek bijvoorbeeld een vraag naar meer flexibel werken. Daarom is sinds begin dit jaar thuiswerken ingevoerd. Daarnaast hebben we een nieuw stappenplan uitgewerkt om nieuwe medewerkers te onthalen. Zo wordt het team waar de nieuwe medewerker terechtkomt veel nauwer betrokken bij het aanwervingsproces. Nog voor de eerste werkdag onderhouden we het contact met de nieuwe medewerker, bijvoorbeeld door drie weken vooraf een videoboodschap van het team te versturen en enkele dagen voor de nieuwe medewerker aan de slag gaat, laten we een kleinigheidje bezorgen."

Digitale transformatie

Een ander aandachtspunt van de chieff happiness officer is het strategisch begeleiden van de digitale transformatie waarvoor de organisatie staat. "Continue verandering hoort bij onze sector. De technologie verandert in zo'n snel tempo, dat medewerkers hun competenties voortdurend moeten bijschaven en actualiseren. De digitale transformatie waar we voor staan, zorgt echter voor een stroomversnelling. En ook voor een IT-bedrijf is dit een heuse krachttoer. Al klinkt dit misschien bizar: de uitdaging schuilt niet in het implementeren van nieuwe technologie, wel in de transformatie die van de medewerkers verwacht wordt. Digitale transformatie gaat vooral over de impact van technologie op de bedrijfsprocessen, de werkmethoden en nieuwe klantenverwachtingen. Ook al zit technologie in ons bloed, het is geen sinecure mensen te overtuigen anderen dingen te doen en/of dingen anders te doen", merkt van der Aalst op. "De digitale transformatie waar we doorgaan, vergt ook andere, nieuwe competenties van medewerkers. Het komt er dus op aan hen mee te krijgen in een continu leerproces."

Als chieff happiness officer combineert hij dan ook verschillende rollen die op het eerste gezicht weinig raakpunten hebben, maar samen wel de bedrijfsstrategie mee vormgeven en helpen realiseren. "De digitale transformatie heeft niet alleen een impact op ons businessmodel, maar ook op hoe we ons positioneren naar klanten en leveranciers. Dit bepaalt vervolgens welke talenten we in de toekomst nodig hebben en hoe we ons op de arbeidsmarkt moeten profileren om die ook te kunnen aantrekken. Tegelijk moeten we de huidige werknemers voldoende uitdagen en stimuleren om mee te gaan in het veranderingstraject", vat van der Aalst zijn functie samen. 

hr public

Sharing Knowledge and Experience

HR4.0

Artificiële en collectieve intelligentie



In 2019 stelt HR Public intelligentie centraal in de resultaten van uw organisatie.

HR Public richt zich tot verantwoordelijken voor human resources management binnen overheidsdiensten.

**Ontdek ons programma voor 2019:
<https://nl.hrpublic.be/programma-2019>**

Word nu lid!

**Alle informatie op onze website
www.hrpublic.be/membership/
of per e-mail: info@hrpublic.be
gsm: 0471/73 66 55**

HR Public, Silversquare Business Club
Louizalaan 523, 1050 Brussel • info@hrpublic.be

HR Public | SHARING KNOWLEDGE AND EXPERIENCE