

Campagne 'Dit maak ik!'

U bent fier op uw bedrijf, trots op het product dat u maakt, en vindt voldoening in uw job. Soms halen arbeiders in de productie echter slechts weinig drive uit wat ze maken. Openbedrijvendagen waarop ze hun werk en expertise kunnen laten zien aan familieleden en vrienden bewijzen dat, mits een zetje, de (beroeps)trots en intrinsieke motivatie van medewerkers een hoge vlucht kunnen nemen.

Ook kleinschaligere initiatieven kunnen de zichtbaarheid van hun werk en expertise in de thuisomgeving en vriendenkring echter verhogen en zo de trots en motivatie van medewerkers aanzwengelen. Door uw medewerkers te trakteren op zelfgemaakte producten, geeft u blijk van waardering, en reikt u hen een gelegenheid aan om uit te pakken met de woorden 'Dit maak ik!'.



Onder de noemer van een 'Dit maak ik!'-campagne bundelden we enkele voorbeelden uit de sector die u op het spoor zetten om zelf ook een dergelijk initiatief te nemen.

Suggestie 1: Koop de producten waarvoor u de verpakking levert als presentje voor uw medewerkers

Bruggeman en Desouter BDMO pleziert sinds jaar en dag geregeld zijn medewerkers met producten waarvoor ze zelf de verpakking maken. CEO Geert Casselman: "Wij produceren onder meer doosjes voor multimedia-producten en verpakkingen voor chocolade en pralines. Met dergelijke geschenken doe ik mijn medewerkers drie keer plezier: ze waarderen de attentie, hebben genot van de inhoud en zijn trots als ze kunnen zeggen dat het doosje waarin het steekt hun werk is." Tom Du Caju, eigenaar van Du Caju Printing bevestigt de analyse van Geert Casselman: "Ook wij trakteren onze medewerkers af en toe op producten die we aankopen bij onze klanten. Het levert een geschenk met een verhaal voor de medewerker, en vaak tegen een extra gunstig tarief. Meestal kiezen we voor producten met een sterk merk, omdat die meer impact hebben. Als het kiezen tussen klanten en producten gevoelig ligt, kan een beurtrol soelaas brengen."

Suggestie 2: Trakteer uw medewerkers op een gadget dat u zelf produceert

Onze sector en het productieapparaat dat we ter beschikking hebben, lenen er zich vaak uitstekend toe om zelf een gadget te ontwerpen en te produceren waarop u de werknemers kan trakteren. Via het gadget kan u hen belonen voor een speciale gelegenheid of een knappe prestatie of hen gewoon verrassen met een leuke attentie. Maar bovenal reikt u hen een product aan dat illustreert wat ze doen, voor welke bewerkingen ze instaan, waar hun expertise zit. Door hen een fysiek product mee te geven dat ze thuis uitpakken, geven aan hun kinderen, dat ze misschien een plaats geven in de woonkamer, geef je hen aanleidingen

"Ja, het zijn kleine extra's, maar het blijft wel hangen. De vouwauto die we ooit kregen, heb ik nog steeds."

Jacques, stanser bij SK Turnhout.

om in hun gezins-, familie- en vriendenkring te vertellen wat hun werk inhoudt, er erkenning voor te krijgen en er trots op te zijn. Zo laat u als werkgever niet enkel zien dat u hun werk waardeert, maar creëert u ook de kans dat ze elders nog meer appreciatie krijgen, en fier worden op hun bedrijf en hun job.



Zowel Vangenechten-Biermans als Smurfit Kappa Turnhout beproefden in het verleden reeds deze formule. Johan Korsten (HR Manager Vangenechten-Biermans): “We gaven onze medewerkers al meermaals een gadget dat ze zelf ontworpen en geproduceerd hadden: ik herinner me nog een puzzel, en recenter ook een kaartspel. Het zijn prima attenties, en bovendien kan je via de beelden en bedrukking ook nog een inhoudelijke boodschap meegeven.” Bij SK Turnhout trakteerden ze de medewerkers al regelmatig op extraatjes die vooral bij de kinderen in de smaak vallen. Harry Kerkhofs (HR Manager SK Turnhout): “Bij het kerstpakket voor de medewerkers voegen we vaak een vouw- en kleurplaat toe. Ooit ontwierpen we zelfs een vorm die ze tot een auto konden vouwen.” De mogelijkheden zijn echter schier eindeloos: van een kwartet dat in de broekzak past tot een luster voor de woonkamer.

Ook wat de aanleiding betreft, kan je alle kanten uit: een familiedag, de verjaardag van de firma, een lange periode zonder arbeidsongeval, sinterklaas of het genoemde kerstpakket. Als regel geldt dat de beste aanleidingen deze zijn waar medewerkers niet bij voorbaat een materieel extraatje aan koppelen.

“Het kaartspel dat we onze medewerkers cadeau gaven, paste ook in een campagne rond veiligheid. Op de kaarten prijken veiligheidspictogrammen. Zo vingen we twee vliegen in één klap.”

Johan Korsten, HR Manager
Vangenechten-Biermans.



Voor meer info: *Femke Cornelissen*,
Sectorconsulent van de Papier- en Kartonverwerkende Nijverheid
femke.cornelissen@fetra.be
02 340 66 37

