



Waarderen met impact: waarom je maar beter investeert in je medewerkers

Alles wat je moet weten
over waardering en erkenning

Inhoudstafel

1. Intro

Pag. 03

2. Fluitend naar het werk: het belang van oprechte waardering

Pag. 04

3. Het verschil tussen beloning, erkenning en waardering

Pag. 06

4. De ROI van waardering

Pag. 07

5. Waardering en erkenning: hoe pak je het aan?

Pag. 08

6. Impactvol waarderen en belonen met personeelsgeschenken

Pag. 13

7. De valkuilen van waarderen en belonen met personeelsgeschenken

Pag. 14

8. Over Kadonation

Pag. 15

1. Intro

Als organisatie sta je vandaag voor heel wat nieuwe uitdagingen en je werkvloer is diverser dan ooit, met verschillende generaties die elk hun eigen wensen en voorkeuren hebben. Bij heel wat bedrijven staat werkgeluk, en daaruit volgend erkenning en waardering van medewerkers, meer dan voorheen hoog op de prioriteitenlijst.

In dit e-book ontdek je de kracht van waardering en erkenning.

We verzamelden inzichten én nuttige tips waarmee je in je organisatie meteen aan de slag kan. En met de conclusies uit ons eigen onderzoek, ontdek je ook hoe je jouw waarderingsbeleid optimaal afstemt op de wensen van je medewerkers.

Veel lees- en leerplezier!

Benieuwd naar meer?

Misschien zijn deze twee gratis e-books ook wel iets voor jou:



Waarom slimme organisaties investeren in werkgeluk

Happy people, better business

[download dit e-book](#)



Jouw handboek voor een optimaal geschenkbeleid

Je medewerkers belonen? Dat doe je zo.

[download dit e-book](#)

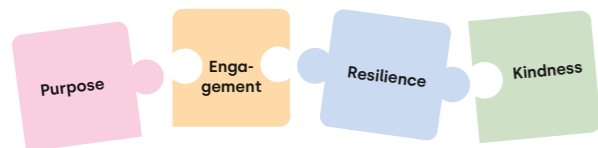


2. Fluitend naar het werk: het belang van oprechte waardering

Oprechte waardering en erkenning zijn belangrijke factoren voor **werkgeluk**.

We horen je al denken: werkgeluk, het klinkt weinig tastbaar - misschien zelfs wat zweverig. Toch werd er al heel wat wetenschappelijk onderzoek gevoerd naar de factoren die het werkgeluk van je medewerkers bevorderen. Dat onderzoek leidde tot een theoretisch model, het zogenaamde PERK-model van de Universiteit van Berkeley.

De onderzoeksvraag? Wat bepaalt hoe gelukkig je medewerkers op het werk zijn? De onderzoekers identificeerden **vier grote 'werkgeluk'-pijlers**: **purpose** (zingeving), **engagement** (betrokkenheid), **resilience** (veerkracht) en **kindness** (vriendelijkheid). De laatste pijler gaat onder andere over respectvol met elkaar omgaan, goed luisteren naar elkaar en **erkenning en waardering** geven en krijgen.



Benieuwd naar de ROI van werkgeluk?

Lees dan zeker ook ons e-book: [Waarom slimme organisaties investeren in werkgeluk](#).

Wie aandacht krijgt, wordt gelukkiger

De Amerikaanse psycholoog Maslow wist in 1943 (!) al dat waardering en erkenning primaire levensbehoeften zijn.

Laten we beginnen met het belang van waardering en erkenning op het **persoonlijk niveau** te verduidelijken.

Het employee recognition bedrijf OC Tanner gaat in [dit artikel](#) dieper in op welke delen van de hersenen beïnvloed worden door waardering. Dat zijn de

hypothalamus, die de basisfuncties van het lichaam regelt, zoals eten en slapen, en de dopamine, de beloningsneurotransmitter. Ph. D Alex Korb schrijft: "waardering kan zo een krachtige impact hebben op je leven omdat het je hersenen in een heilzame cyclus brengt." Waardering en erkenning hebben impact op **welzijn en gezondheid**. Denk aan slaapgewoonten verbeteren, het metabolisme verhogen, stress verminderen en de werk-privébalans herstellen. Dit heeft een directe invloed op werkresultaten en de interactie tussen medewerkers.

Daarnaast zorgt waardering voor meer **sociale en prosociale interactie**. Prosociaal betekent het bevorderen van het welzijn van anderen, meestal door altruïstische handelingen. Door erkenning en waardering in de bedrijfscultuur te integreren, zijn werknemers meer bereid om hun positieve gevoelens met anderen te delen, van helpen met een project tot de tijd nemen om op te merken wie een extra inspanning leverde.

Het grootste psychologische effect is echter het **geluk en andere positieve emoties** die we onmiddellijk voelen, zowel bij het geven als krijgen van waardering. Het gaat over vrolijke herinneringen, een beter gevoel van eigenwaarde en algemeen een meer ontspannen en optimistischer gevoel. Al deze emoties zorgen voor een 'we're in this together'-mentaliteit op de werkvloer. Dit stimuleert een continue cyclus van waardering en erkenning als iedereen meedoet.



"I have to say that the single most important lesson I learned in 25 years talking every single day to people was that there's a common denominator in our human experience. The common denominator that I found in every single interview is we want to be validated. We want to be understood. I've done over 35,000 interviews in my career. And as soon as that camera shuts off, everyone always turns to me and inevitably, in their own way, asks this question: "Was that OK?" I heard it from President Bush. I heard it from President Obama. I've heard it from heroes and from housewives. I've heard it from victims and perpetrators of crimes. I even heard it from Beyoncé in all of her Beyoncé-ness. We all want to know one thing: "Was that OK?" "Did you hear me?" "Do you see me?" "Did what I say mean anything to you?"



Oprah Winfrey,
[Harvard Commencement 2013](#)

Waardering als business dynamiek

Op **organisatieniveau** dragen waardering en erkenning bij aan het werkgeluk, de betrokkenheid, motivatie en retentie van medewerkers. Je creëert er een unieke bedrijfscultuur mee en versterkt de relaties met en tussen werknemers.

Twijfel je nog aan de kracht van waardering en erkenning? We zetten enkele cijfers op een rij:

Businessdenktank [Gallup](#) toonde aan dat 50% van de bevroegde medewerkers hun **baan opzegde** door een tekort aan waardering. Bij [jongere collega's](#) speelt dit effect nog sterker. 65% zegt een andere baan te zoeken bij het ontbreken van waardering.

Volgens [Deloitte](#) hebben organisaties met een waarderingsprogramma **31% minder vrijwillig verloop** dan organisaties zonder.

Organisaties met waarderingsprogramma's ervaren **28,6% minder frustraties** dan organisaties zonder, zegt [SHRM Globoforce Employee Recognition Survey](#). Deze bedrijven hebben 12 keer meer kans op **sterke bedrijfsresultaten**, volgens [Deloitte](#).

Als bedrijven 1% of meer van hun payroll besteden aan erkenning en waardering, merkt 85% van hen een **positieve impact op de betrokkenheid**, volgens [SHRM Globoforce Employee Recognition Survey](#).

Kadonation ondersteunt 3.000 bedrijfsleiders en HR-professionals in hun zoektocht naar meer werkgeluk in hun teams. Met een [handig platform voor persoonlijke personeelsgeschenken](#), uitien die bedrijven moeiteloos hun waardering voor de prestaties van hun medewerkers - of gewoon, voor wie ze zijn. Hierover lees je meer in het laatste hoofdstuk van dit e-book.

3. Het verschil tussen beloning, erkenning en waardering

Voor alle duidelijkheid, een beloning is **niet hetzelfde** als erkenning en waardering.

Een **beloning** wordt op voorhand aangekondigd door de organisatie en medewerkers verwachten hun beloning na een bereikt resultaat.

Een beloning is tastbaar. **Erkenning en waardering** zijn eerder relationeel van aard, zonder voorafgaande belofte en zonder dat er verwachtingen zijn uitgesproken.

Zowel beloning als erkenning en waardering spelen een rol in de motivatie van medewerkers. Ook is er een verschil in betekenis tussen erkenning en waardering.

Als je collega iets goeds gedaan heeft, en je hem daarop aanspreekt, geef je **erkenning**. "Dat heb je prima gedaan, bedankt!" Het is een reactie op zijn of haar acties en daden.

Als je zegt "ik waardeer je enorm. Je maakt echt een verschil hier," dan **waardeer** je je collega om wie hij of zij is, los van prestaties.

Erkenning en waardering lonen dubbel

Wat je geeft, krijg je terug

Geef je anderen vaak waardering en erkenning, dan krijg je dit ook regelmatig terug.

Geluk

'Geven' maakt je ook gelukkiger, zo blijkt uit dit [Harvard-onderzoek](#)

Het onderzoek duidt het belang van vrijgevigheid voor het menselijk welzijn. Vanuit een evolutionair perspectief blijkt dat mensen emotionele beloningen ervaren wanneer ze anderen helpen. Dit mechanisme zorgde doorheen de evolutionaire geschiedenis mee voor de overleving van de mensheid.

Benieuwd hoe Warren Buffett zich voelde toen hij in 2010 beloofde 99% van zijn rijkdom weg te geven? Hij meldde alvast dat hij "niet gelukkiger kon zijn met die beslissing."

4. De ROI van waardering en erkenning

Voor je organisatie intern



Voor de relatie medewerker-leidinggevende

De relatie tussen medewerker en leidinggevende heeft een grote impact op de kwaliteit van het werk en draagt bij tot een hogere efficiëntie.



Voor de peer-to-peer relaties

Als erkenning en waardering de norm worden in de organisatie, verhoogt de teamspirit en verbeteren de teamprestaties.



Voor de bedrijfscultuur

Een waarderende bedrijfscultuur zorgt ervoor dat medewerkers zich een integraal onderdeel van de organisatie voelen.

Voor je organisatie extern



Concurrentievoordeel

Als medewerkers beloond en erkend worden voor hun werk, zijn ze meer geneigd extra inspanningen te leveren om hun doelen te bereiken.



Employer branding

Als medewerkers gelukkig zijn bij hun werkgever, worden ze echte ambassadeurs van het bedrijf (en van de producten of diensten).



Aantrekken van toptalent

Authentieke en individuele erkenning voor het werk is een van de belangrijkste drijfveren bij het aantrekken van extern talent.



5. Waardering en erkenning: hoe pak je het aan?

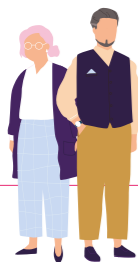
En dan nu de hamvraag: hoe maak je erkenning en waardering **concreet** binnen je hyperdiverse organisatie? Wat zijn **de voordelen** als je waardering breder integreert in je bedrijfscultuur? En **hoe vaak** moet je waardering tonen?

Waardering en de verschillende generaties op de werkvloer

Verschillende factoren bepalen de manier waarop je in het leven staat en je visie op werk: opvoeding, politiek, de economie van een bepaald tijdperk, individuele verschillen, ... **De nood aan waardering is van alle tijden.** Maar bestaat er een onderscheid tussen de verschillende generaties die vandaag op de werkvloer aanwezig zijn?

[Roy Saunderson](#), expert in waarderingstrategieën, antwoordt genuanceerd: er bestaan inderdaad typische generatieverschillen, maar die zijn niet noodzakelijk van toepassing op elk individu. Elke generatie werknemers bestaat uit individuen die door zeer uiteenlopende zaken worden gemotiveerd. Er is geen sprake van een 'one size fits all'.

Je houdt dus beter ook rekening met de waarderingvoorkeuren van de persoon zelf.



Baby Boom Generatie (°1946 - 1964)

Deze generatie groeide op in de periode na de oorlog. Welvaart nam voor het eerst sinds lang toe en er kwam ruimte voor gelijke rechten en veranderende rollen in de maatschappij. De Baby Boomers kenden de harde werkhethiek van hun ouders, De Stille Generatie, geboren tussen 1925 – 1945. Zij willen het anders aanpakken en uit hun werk persoonlijke voldoening halen. Deze generatie verlangt persoonlijke en publieke erkenning. Ze vinden het belangrijk om deel uit te maken van een team en wensen ook waardering voor hun lange werkdagen.



Generatie X (°1965 - 1980)

Generatie X groeide op met workaholic ouders en de grote ontslagrondes in de jaren 80 en 90. Ze zijn hierdoor minder geneigd om hun hele leven bij dezelfde werkgever te blijven. Generatie X-ers zijn harde werkers. Ze zien hun baan als een middel om een doel te bereiken, maar niet meer het einddoel zoals bij hun ouders. Beloningen en waardering betekenen voor deze generatie ook loongelijkheid, met gelijkgestemde mensen werken en een verschil kunnen maken. Mondelinge waardering of zelfs een bedanking via een e-mail, heeft voor deze generatie een grotere waarde dan geldelijke incentives.



Generatie Y (°1981 - 1995)

Generatie Y werd door hun ouders de hemel in geprezen en behoed voor alle onheil, zowel op school als in de vrije tijd. Voor millennials is werk een kans om persoonlijke vaardigheden te ontwikkelen. Ze maken zich meer zorgen over zichzelf dan over hun werkgever. Deze techno-savvy en aan technologie gekluisterde multitaskers zijn maatschappelijk bewust en willen een verschil maken. Loopbaanontwikkeling en opleidingen ervaren zij als beloning en erkenning. Onmiddellijke en frequente feedback, samen met persoonlijke en publieke waardering, betekenen veel voor deze generatie medewerkers.



Generatie Z (° 1996 - 2012)

Generatie Z ziet de focus van hun ouders op persoonlijke en professionele ontwikkeling. Dat wensen ze ook. Ze verwachten dat hun werkgever helpt door training en mentoring. Ze willen stabiliteit, in tegenstelling tot hun ouders die in contract- of deeltijd functies werken, en zijn bereid om langer bij een bedrijf te blijven als ze een positieve en boeiende werkplek hebben. Daarbij is zingeving belangrijk en door hun digitale kennis anticiperen ze op snelle feedback en waardering via online tools en apps.

Saunderson geeft **zes tips**, die alle generaties doorkruisen en die je **helpen om mensen impactvoller te waarderen**.

#1 Ken het individu

Analyseer hoe je collega's werken aan taken en hoe ze functioneren in vergaderingen. Waar blinken ze het meest in uit en wat lijkt hen te motiveren om hun uiterste best te doen? Weet wat hun sterke punten zijn.

#2 Ken hun voorkeuren

Praat met je medewerkers over hun waarderingvoorkeuren en weet wat hun favoriete vorm is. Wensen ze publieke of meer persoonlijke erkenning? Waar houden ze van: eten en drinken, hobby's, familie, andere interesses,

#3 Ken de actie

Als je iemand waardeert voor iets, zorg ervoor dat je goed begrijpt wat hij of zij heeft gedaan en de context waarin het is gebeurd. Was dit moeilijk of gemakkelijk? Waren er beperkingen die hij of zij moest overwinnen? Waarom is dit belangrijk voor deze specifieke persoon?

#4 Ken de impact

Onderzoek hoe de actie het verschil maakt en de doelstellingen van het bedrijf ondersteunt. Wie heeft er specifiek voordeel gehad van de inzet en bijdrage? Vraag bij die persoon na hoe de acties van de medewerker hem of haar hebben beïnvloed.

#5 Waardeer de persoon

Vergeet nooit in de eerste plaats waardering voor het individu te tonen. Erken de persoonlijke eigenschappen, vaardigheden, talenten, interesses en achtergrond die hen maken tot wie ze zijn. Leer mensen te waarderen onafhankelijk van hun positieve acties.

#6 Waardeer de bijdrage

Mensen horen graag dat ze een verschil hebben gemaakt, dus vertel ze het ook! Laat ze weten hoe en wat ze aan de situatie, klant of collega hebben toegevoegd, welke steen ze in de rivier hebben verlegd.

Waardering als belangrijkste factor voor het werkgeluk van jongeren

Uit onderzoek van het uitzendbedrijf [YoungCapital](#) blijkt dat het tonen van waardering met 68% het allerbelangrijkste aspect is voor het werkgeluk van jongeren. Waardering resulteert volgens het panel in meer betrokkenheid (61%), hogere productiviteit (57%), meer verbondenheid met collega's (43%) en minder stress (42%).

"Gebruik je de 'verkeerde' taal, dan heeft je medewerker niet het gevoel dat je hem waardeert."

De vijf talen van waardering op het werk

Gary Chapman en Paul White, auteurs van ['The 5 Languages of Appreciation in the Workplace'](#) benadrukken dan weer dat waardering en erkenning **op de juiste manier overgebracht moet worden om echt van invloed te zijn op het werkgelek**. Ze ontdekten dat er vijf verschillende manieren zijn, of 'talen', om je waardering te uiten.



Waarderen door tijd en aandacht

Voor sommigen gaat niets boven persoonlijke interacties. Echt gehoord worden wanneer je je verhaal vertelt, met belangstelling vragen hoe het thuis gaat, een geïnteresseerd praatje bij de koffiemachine, een kleine lunchwandeling samen, samen naar een opleiding of seminar: het zijn maar een aantal voorbeelden van hoe je met een kleine inspanning veel kan bereiken.



Waarderen door positieve woorden

Positieve woorden vergroten het onderlinge vertrouwen en laten iemands sterke kanten groeien. Is deze taal je voorkeurstaal, dan geef je gemakkelijk complimenten. Jouw uitdaging ligt erin om die complimenten heel specifiek te maken.

De kunst van het complimenten geven onder de knie krijgen? Dat leer je in onze blogs [Complimenten, hoe pak je het origineel aan](#) en [Je medewerkers waardering tonen! Check deze concrete 6 how to's](#).



Waarderen door hulp aan te bieden

Sommige medewerkers (en leidinggevenden) willen vooral 'iets doen': de ander helpen. Zorg ervoor dat als je hulp aanbiedt, je ook vraagt hoe de ander graag wil dat je hem of haar helpt.

Tip: stel jezelf deze vragen: "Hoe vaak zorg ik ervoor dat mensen elkaar helpen?" en "Wat kan ik doen om het werk gemakkelijker te maken?"



Waarderen door lichamelijk contact

Deze taal is sterk afhankelijk van de cultuur binnen je organisatie. Niet iedereen stelt een aanraking op prijs, en verschillende culturen gaan hier ook anders mee om. Als je weet dat dit gepast is, is een handdruk of een ellebooggroet, een high five of een schouderklopje een prima optie. Als een medewerker een verlies geleden heeft, kan een knuffel op zijn plaats zijn als je een goede relatie met die persoon hebt.



Waarderen door cadeaus

Investeren in een werkrelatie kan ook door een cadeau te geven. Iedereen krijgt graag cadeautjes! Medewerkers die deze taal als voorkeurstaal hebben, waarderen persoonlijke geschenken enorm.

Maar we hebben allemaal wel eens iets gekregen waarmee we niks kunnen. Je wil een gegeven paard niet in de mond kijken, dus zeg je maar niets. Op de werkvloer kan een verkeerd gekozen geschenk dan ook een averechts effect hebben.

In ons [eigen onderzoek](#) bevroegen we 2000 medewerkers in België en Nederland naar hun ideale personeelsgeschenk. Een fysiek cadeau zoals een fles wijn of pakket met hapjes kan slechts bij 1 op de 10 medewerkers op goedkeuring rekenen. Die geschenken zijn onpersoonlijk en verdwijnen vaak in de voorraadkast. Maar wat willen medewerkers dan wel? Een persoonlijk geschenk op belangrijke momenten (een geboorte, een pensioen, sinterklaas, kerst, ...) dat veel keuzevrijheid biedt, zoals een cadeaubon voor diverse winkels.

De minst gewaardeerde taal

Net zoals je een voorkeurstaal van waardering hebt, heb je ook een minst gewaardeerde taal, volgens Chapman en White. Het is goed je daarvan bewust te zijn. Gebruik je de 'verkeerde' taal, dan heeft je medewerker niet het gevoel dat je hem waardeert. Zorg er dus voor dat alle waarderingstalen op je leiderschapspalet staan!

Jouw medewerker rondt een zwaar project af. Tijd om die persoon in de schijnwerpers te zetten tijdens een teamoverleg met positieve woorden en een groot boeket bloemen, denk je misschien. Maar wat als deze collega helemaal niet graag in the picture staat en van al die aandacht letterlijk nachten wakker ligt? Een boeket bloemen met een persoonlijk bedankkaartje erbij, op het bureau gezet of aan huis geleverd, is dan de meest geschikte taal.

Je merkt dat een medewerker zijn taken niet op tijd afkrijgt. Je vraagt een andere collega wat werk over te nemen. Jouw medewerker heeft echter een groot verantwoordelijkheidsgevoel, werk wegnemen voelt als een persoonlijk falen. Het gevoel geven dat je hem echt waardeert, kan je in deze situatie bereiken door hem extra tijd en aandacht te bieden. Samen gaan lunchen bijvoorbeeld, en dat is ook de perfecte gelegenheid om te luisteren wat er scheelt.

Van een top-down naar een 360-graden waardercultuur

Waardering is volgens [Gary Chapman en Paul White](#) niet alleen een managementkwestie. Het gaat ook over collega's die elkaar waarderen, een medewerker die zijn leidinggevende of leverancier waardeert, ... Waardering maakt dus maar beter deel uit van je bedrijfscultuur voor een maximale impact. Als je als leidinggevende je waardering uit, maar collega's onderling niet, dan zal je nog altijd ontevreden medewerkers hebben.

Peer-to-peer waardering

De teamspirit en teamprestaties groeien wanneer erkenning en waardering de norm worden in de organisatie. Ook tussen collega's onderling. Peer-to-peer waardering is een krachtige motivator die bijdraagt tot het werkgeluk van ieder.

Say Cheers

Bij Croma hebben leiders een Cheers-programma ontwikkeld. Via dit initiatief kunnen werknemers een "You Made My Life Easier"-kaart geven om hun dankbaarheid te tonen aan collega's die hebben geholpen bij het uitvoeren van een taak of die hen hebben ondersteund in tijden van nood. Na verloop van tijd helpt deze waardering bij het opbouwen van een gezonde werkomgeving waar medewerkers elkaar ondersteunen bij het behalen van individuele en organisatiedoelstellingen.

Met een gebruiksvriendelijke software die voor iedereen toegankelijk is, maak je het voor alle medewerkers in de organisatie nog gemakkelijker.

Kadonation Select

Via ons cadeauplatform [Kadonation Select](#) kan je met de Kudos peer-to-peer waardering heel gemakkelijk maken. In no time geef je collega's een digitale pluim: je schrijft een bericht of je neemt een videoboodschap op en voegt deze bij het geschenk. Het maakt de geschenkervaring voor de ontvanger nog persoonlijker én leuker. Ze zullen dat bijzondere moment vervolgens lang blijven koesteren.

Hoe vaak 'moet' je waardering tonen?

Mike Ganino, auteur van het boek 'Company Culture for Dummies' zegt er dit over: "veel meer dan je nu doet." Hij kleeft er zelfs een getal op: **je streeft het best naar vijf positieve feedbackmomenten ten opzichte van één negatief.**

Door een complimentje, een schouderklopje, samen gaan lunchen, ... maak je aan jouw medewerkers duidelijk wat belangrijk is, wat wordt gewaardeerd. Gedragingen die je belooft, zullen je medewerkers herhalen. Ze gaan deel uitmaken van de bedrijfscultuur.

Aan de slag? Volgens keynote speaker en wellbeing specialist Ann De Bisschop stel je jezelf best regelmatig deze vragen:

- Hoe heet je je medewerker welkom?
- Hoe zeg je goedemorgen (vluchtig of gemeend)?
- Heb je tijd voor *smalltalk*?
- Doe je een babbel bij de (virtuele) koffiemachine?
- Hoe luister je als je medewerker iets vertelt?
- Met hoeveel medewerkers spreek je per dag echt?
- Merk je positieve acties op?
- Hoe vaak geef je positieve feedback?
- Wanneer geef je een schouderklopje?
- Hoe vaak lach je tijdens een gesprek?



6. Impactvol waarderen en belonen met personeelsgeschenken

Zoals je al las in dit e-book, is een personeelsgeschenk een van de 'talen' die je kan aanwenden om je medewerkers impactvol te waarderen en hun werkgeluk te boosten. Talloze bedrijven zetten personeelsgeschenken ook in om hun medewerkers te belonen: het geschenk wordt dan op voorhand aangekondigd en medewerkers verwachten hun beloning nadat ze een bepaald resultaat hebben behaald.

Maar hoe breng je jouw cadeaubeleid in lijn met wat medewerkers wensen?

Uit [ons onderzoek](#) blijkt duidelijk dat werknemers zich extra gewaardeerd, gerespecteerd, betrokken en verbonden voelen met het bedrijf wanneer zij een personeelsgeschenk krijgen. Meer dan 7 op 10 van de ondervraagde medewerkers in België en Nederland voelt zich erdoor **gewaardeerd** en wordt er echt **gelukkig** van.

De volledige resultaten van ons onderzoek over het ideale geschenk voor je medewerkers vind je hier.

Hét ideale personeelsgeschenk is de **cadeaubon**, blijkt uit onze survey. Dat heeft alles te maken met de mogelijkheid om **eigen keuzes** te maken. De overgrote meerderheid van de medewerkers wil een cadeau dat rekening houdt met hun wensen.

"Bij [Agidens](#) schenken we een digitale cadeaubon bij heugelijke gebeurtenissen zoals een huwelijk, geboorte en jubilaris. Bij pensioenvieringen gebruiken we normaal gezien het luxe cadeaudoosje, dat feestelijk wordt overhandigd op de receptie ter ere van de gepensioneerde."

Naomi Duym

Compensation & Benefits Specialist - Agidens

Medewerkers worden, naast de eindejaarperiode, graag in het zonnetje gezet op **privémomenten** (jubileum, verjaardag, beloning voor een extra prestatie, ...).

Slechts 1 op 10 van de Belgische medewerkers ontving een geschenk voor hun verjaardag terwijl bijna 4 op de 10 medewerkers aangeeft graag een cadeau te krijgen voor deze gebeurtenis.

In Nederland schenken werkgevers iets meer aandacht aan het verjaardagsmoment. 2 op 10 Nederlandse medewerkers mag ook op kantoor kaarsjes uitblazen. Te weinig, vinden de medewerkers zelf: liefst 4 op 10 geeft aan graag een cadeau te krijgen voor deze persoonlijke gebeurtenis.

"**Bavet** is een heel divers bedrijf. Een 'one size fits all verjaardagscadeau' is daarom heel moeilijk. Wij willen iedere medewerker zijn favoriete cadeau geven want wat is er leuker dan een cadeau te krijgen dat helemaal op je lijf geschreven is? De cadeaubonnen van Kadonation bieden daarom flink wat voordelen. Iedereen vindt zijn gading, of het nu een product is of een beleving."

Leontien Devos
HR - Bavet

Een ander privémoment waarbij je een geschenk kan voorzien, is bij [onboarding](#). Sommige bedrijven schenken ook cadeaus tijdens het offboardingproces.

"Waarderen doen we in het onboardingproces, maar evengoed bij het offboarden. Ja, ook afzwaaiende medewerkers bedanken we, zelfs als wij als werkgever het initiatief tot het ontslag nemen. We plannen een persoonlijk exitgesprek en voorzien een kleine attentie als dank. Hiermee waarderen we de persoon, en niet louter de werknemer, voor zijn bijdrage aan ons bedrijf."

Leontien Devos, HR - Bavet

Meer waardevolle geschenkmomenten [ontdek je hier](#).

7. De valkuilen van waarderen en belonen met personeelsgeschenken

Nu je weet hoe je impactvol kan waarderen en belonen met personeelsgeschenken, is het ook goed om te begrijpen wat er mis kan gaan. Dit ervaren we in de praktijk bij onze klanten en onthouden we uit ons onderzoek:

- Heel wat **waardevolle momenten** blijven onderbenut
- Geen **systematische erkenning en waardering** doorheen de organisatie
- Je **vergeet** wel eens iemand een cadeau te sturen
- Waardering is beperkt tot een bepaald **deel van je personeelsbestand**
- Gebrek aan **digitalisering**: tijdrovende, manuele processen
- Geen uniform geschenkbeleid over **vestigingen en afdelingen** heen

Meer weten over deze valkuilen en hoe Kadonation je ze helpt vermijden? Lees ons e-book.



Jouw handboek voor een optimaal geschenkbeleid

Je medewerkers belonen?
Dat doe je zo.

[download dit e-book](#)



8. Over Kadonation

Bij Kadonation geloven we in twee dingen: **waardering** en **eenvoud**. Waardering, want we vinden dat je werknemers verzorgen enkel voordelen meebrengt voor iedereen. Eenvoud, want we vinden dat persoonlijke geschenken geven ook voor bedrijven een pak efficiënter en schaalbaarder kan. Daarom bouwden we een innovatief gratis platform: [Kadonation Select](#).

Met dit platform schenken bedrijven vandaag meer dan 100.000 werknemers de mooiste glimlach. Ze laten geen enkele gelegenheid meer onbenut om moeiteloos - of automatisch - persoonlijke geschenken te geven aan hun team. Managers of collega's voegen in een handomdraai persoonlijke felicitaties toe. En de manager bewaart steeds overzicht over de bestellingen, de uitgaven per gelegenheid, per team en per periode. Eenvoudiger bestaat niet.

- **Maak van schenken een plezier voor iedereen, ook jezelf.** Laat de zoektocht naar het juiste geschenk en de tijdsdruk om het op tijd besteld te krijgen voorgoed achterwege
- **Hou steeds controle over de geschenk-uitgaven van je bedrijf.** Stel een budget op per gelegenheid, per gebruiker, per departement of voor het hele bedrijf. Zo weet je zeker dat iedereen zich aan de regels - en het fiscale kader - houdt.
- **Bouw een positieve werkcultuur.** Collega's en teamleden voegen persoonlijke berichten toe en geven elkaar kudo's, wat de werksfeer en motivatie alleen maar ten goede komt.
- **Het beste van allemaal? Het is volkomen gratis.** Je betaalt enkel voor de geschenken die je bestelt, en die je werknemer vrij besteedt bij [ruim 80 partners](#).
- **En o ja - je investeert in een betere wereld.** Kadonation zet zich samen met jou in voor talloze ngo's, en plantte zo bijvoorbeeld al meer dan [70.000 bomen met WeForest](#).

**Wat wil een mens nog meer?
Kadonation Select maakt erkennen,
waarderen en belonen makkelijker.**

Maak van schenken een plezier voor iedereen, ook voor jezelf. Laat de zoektocht naar het ideale cadeau achterwege, en vergeet de tijdsdruk om het op tijd besteld te krijgen. Bovendien schenk je je medewerkers meteen heel wat keuzevrijheid. Eerst zien, dan geloven?

[vraag je gratis demo aan](#)

[download de infobrochure](#)

"When we take care of our people, they take care of our business."

Simon Sinek

Samen schenken we je medewerkers de **mooiste** **glimlach**

Zit je met vragen na het lezen van dit e-book
of wens je een gesprek rond de mogelijkheden
die Kadonation Services jou kan bieden?

Neem gerust contact op met ons.
We helpen je met veel plezier!



sales@kadonation.com
BE +32 9 396 32 01 NL +31 85 888 49 33
KadonationServices.com

ontdek onze gratis software