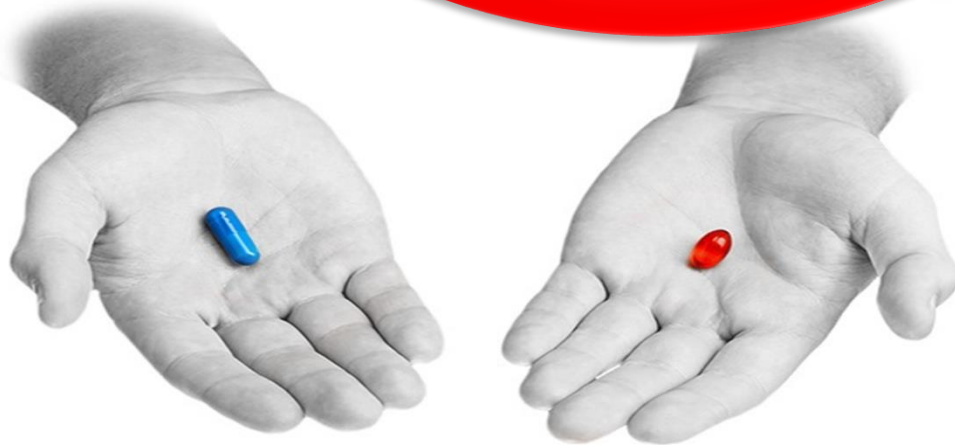


DITOX

Klantcase a.s.r.

'Op weg naar het meest gastvrije, duurzame en vitale verzekeringsbedrijf van Nederland'.



Red pill your workplace

DITOX.

Introductie: a.s.r. is een duurzaam bedrijf met oog voor de vitaliteit van haar 3.000 medewerkers. Vanuit die duurzame gedachte werkt a.s.r. ook aan het verlagen van de CO2 footprint. In dit kader heeft a.s.r. twee nieuwe concepten geïntroduceerd, vallend onder een breder programma vanuit de afdeling Human Resources. Deze twee nieuwe concepten zijn a.s.r. Vitality en het vernieuwde catering & hospitality concept. Door deze twee concepten krijgen medewerkers een groot aanbod aan gezonde keuzes om vitaal en gezond aan het werk te blijven. Deze nauwe samenwerking tussen de afdelingen Services (de eigenaar van het nieuwe catering concept), AOV (de eigenaar van het Vitality concept) en HR (de eigenaar van het In Beweging concept) heeft als resultante een gezonder, duurzamer en vitaler a.s.r.

De klant: a.s.r.

De vraag: *'Met dit concept willen wij als a.s.r. een nieuwe stap zetten om de meest gastvrije, duurzame en vitale verzekeringsmaatschappij van Nederland te zijn. Help ons om de transitie naar dit nieuwe concept een zachte landing te geven bij de medewerkers.'*

De oplossing: Ditox heeft in samenwerking met a.s.r. een adoptie en verandermanagement programma ontwikkeld hoe de 3.000 medewerkers van a.s.r. Nederland N.V. op een positieve wijze mee te nemen in de nieuw aan te bieden catering, duurzaamheid, vitaliteit en hospitality oplossingen, inclusief communicatie, nudging en de een begeleidende rol bij de implementatie van het concept.

Met dit vernieuwde concept is er naadloos aangesloten op reeds lopende HR en business programma's als 'a.s.r. In Beweging' en 'a.s.r. Vitality'. Met beide heeft Ditox nauw samengewerkt aan een gezonder, duurzamer en vitaler a.s.r.

'Ditox ontwikkelde en begeleide een op maat gemaakt adoptie, communicatie, nudging en verandermanagement programma om de medewerkers van a.s.r. op een positieve wijze mee te nemen in dit vernieuwde concept.'

Marco Meetz, Hoofd Facility & Support a.s.r.

De verdieping: een verzekeringsmaatschappij heeft een zekere verantwoordelijkheid richting haar klanten als het gaat om duurzaamheid, gezondheid en vitaliteit. Als je als organisatie wilt dat je klanten zich meer vitaal, gezond of duurzaam gaan opstellen, dan zal je hier als verzekeraar eerst het goede voorbeeld in moeten geven en authentiek gedrag vertonen. Je zal als het ware 'de daad bij het woord moeten voegen' en 'zeggen wat je doet en doen wat je zegt'.

Ditox heeft in samenwerking met a.s.r. een adoptie en verandermanagement programma ontwikkeld hoe de 3.000 medewerkers van a.s.r. Nederland N.V. op een positieve wijze mee te nemen in de nieuw aan te bieden catering, duurzaamheid, vitaliteit en hospitality oplossingen. Denk hierbij aan minder vlees- en melkproducten, minder afval en

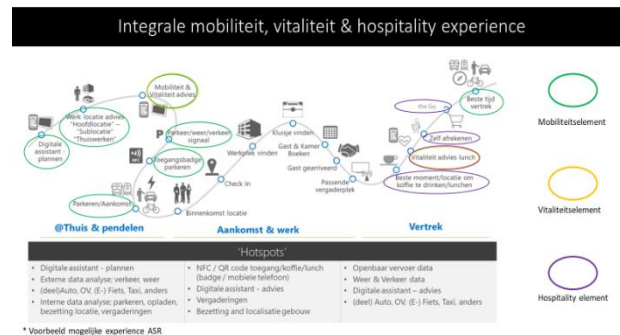
verpakkingsmaterialen, et cetera. De vraag is hoe de a.s.r. medewerkers middels de juiste begeleiding, communicatie en nudging op een positieve wijze te bewegen in deze manier van leven, zonder dat ze zich hiertoe gedwongen voelen. Dit plan had een raakvlak met twee andere elementen:

1. Allereerst met het overall HR-programma 'In Beweging' dat erop gericht is om medewerkers met andere ogen naar duurzaamheid, vitaliteit en mobiliteit te laten kijken.
2. Ten tweede met het nieuw te introduceren AOV product genaamd 'a.s.r. Vitality'. En dan met name het deel waarbij a.s.r. zelf de eerste klant van dit nieuwe product is en daarmee als voorbeeld dient voor andere organisaties.

Deze nauwe samenwerking tussen de afdelingen Services (de eigenaar van het nieuwe catering- & hospitality concept), AOV (de eigenaar van het Vitality concept) en HR (de eigenaar van het In Beweging concept) heeft als resultaat een gezonder, duurzamer en vitaler a.s.r.

Om het adoptie en verandermanagement programma te realiseren is Ditox gestart met workshops om de toekomstige medewerker experience in kaart te brengen inclusief de gewenste duurzaamheids- en vitaliteitselementen (zie voorbeeld hiernaast).

Een tweede reeks van workshops is gestart rondom verandermanagement, communicatie, technologie en nudging. Middels een ouderwetse post-it sessie is geïnventariseerd welke interventies en nudges zouden passen bij a.s.r. en die in het verleden eerder hebben gewerkt. Daarnaast zijn er diverse nieuwe interventies en nudges bedacht. Op basis van dit alles is er een high-level adoptie- en veranderplan opgesteld. Op de achtergrond van dit plan is gebruik gemaakt van Prosci, een gecertificeerde verander management methodiek.



Alle workshops zijn integraal opgezet, wat zoveel betekent dat zowel Facility Management, HR, Communicatie en de betrokken partners onderdeel waren van de workshops.

Vervolgens heeft er een periode plaatsgevonden waarin diverse onderdelen van de medewerker experience zijn geïmplementeerd en het adoptie en veranderplan, inclusief nudging en communicatie is uitgevoerd onder begeleiding van Ditox. Ook heeft er een grootschalige informatiemarkt plaatsgevonden waar de medewerkers via workshops, een healthcheck en proeverijen konden kennismaken met de nieuwe concepten. Met als resultaat dat de introductie van het vernieuwde catering en hospitality concept positief en zonder noemenswaardige klachten is ontvangen door de a.s.r. medewerkers. Daarnaast heeft het vernieuwde catering & hospitality concept een positieve bijdrage heeft geleverd aan een bredere beweging binnen a.s.r. op het gebied van duurzaamheid, gezondheid en vitaliteit.

