

Als Disney de Baas was in uw organisatie

Met reden heb ik het woord organisatie, in de titel, cursief geschreven. In de titel van het bekende boek van Fred Lee staat op die plaats namelijk *ziekenhuis*. De visie van Lee is echter ook in andere zorginstellingen toepasbaar en zelfs buiten de zorgsector! De kern ligt in de aandacht voor het perspectief van de cliënt.

Cijfers: wat zeggen die ons nou?

Het startpunt voor de ontwikkeling van zijn visie ligt in onderzoeken naar cliënttevredenheid en allerhande statistieken die het mogelijk maken om instellingen onderling te vergelijken. Wat zeggen al die cijfers nou, vraagt Lee zich af. En hoe logisch zijn de conclusies die wij daaruit trekken? Als een cliënt zijn bezoek, verzorging, behandeling of wat dan ook waardeert als 'voldoende', kun je dan tevreden zijn als organisatie? Nee, zegt Lee. Als je cliënt je een 'voldoende' geeft of aangeeft 'tevreden' te zijn dan zegt dat alleen maar dat het *naar verwachting* is verlopen; niet minder, maar ook niet meer. Je streven als zorgverlener moet zijn om altijd een goede indruk te maken. Je wilt dat je cliënt aangenaam verrast is door de wijze waarop jij de zorg hebt verleend en dat hij dat wil vertellen aan anderen. En dat zijn normen die niet in cijfers uit te drukken zijn. Een cliënt zal bovendien zelden op basis van vergelijking van de scores van verschillende organisaties een instelling kiezen, maar vooral afgaan op gevoel.

Klantvriendelijkheid dwing je niet af

Met name in de Verenigde Staten is klantvriendelijkheid al enkele decennia het hoogste goed in de commerciële sector. Om dit ook te waarborgen in de allergrootste organisaties wordt het gewenste gedrag van medewerkers tot in de kleinste details beschreven en als standaard opgelegd. Denk voor een Nederlands voorbeeld maar eens aan de McDonald's, waar je altijd met dezelfde standaardzin en glimlach wordt begroet. Zeker in de zorg zegt Lee, kun je onmogelijk elke cliënt op dezelfde manier benaderen en er maar van uitgaan dat het dan goed is. Zelfs het motto 'behandel iedereen altijd zoals je zelf behandeld zou willen worden' schiet hier wat Lee betreft, tekort. Elke cliënt is namelijk een individu en jij moet er achterkomen wat *zijn* behoeftes zijn om de meest optimale zorg te kunnen verlenen. En dat valt niet samen te vatten in een 'gouden regel'. Het dichtst bij zo'n standaard komt de uitspraak van Lee's vrouw (die dit altijd tegen de verpleegkundigen in haar team zei): "maak ten allen tijde, wat de omstandigheden ook zijn een goede indruk". Met de juiste coaching van zijn/haar manager kan elke medewerker dit doen. Het is geen trucje dat je leert, maar een houding.

Zorgverlener let op; je staat in het theater

Nuchtere Hollanders opgepast; dit laatste stukje vereist wat inlevingsvermogen, maar de kerngedachte blijft het centraal houden van de beleving van je cliënt. Fred Lee vraagt je om je cliënten te zien als gasten, gasten in een theater. Spreek dus niet van klanten, maar van gasten 'want dan zijn ze nooit zomaar een vreemde voor je.' Jij doet toch immers ook je best om het jouw gasten thuis naar de zin te maken? Als zorgverlener sta je ten opzichte van je cliënt altijd in de schijnwerper op het podium. Alles wat jij doet is namelijk van invloed op de beleving van de cliënt. En doen alsof, dat valt behoorlijk op, op dat podium, en je valt ermee door de mand. Maak er daarom een leuke show van en laat de cliënt genieten van het spektakel dat jouw werk is, zo heb je er zelf ook de meeste lol van!

Door: Marysia Zarzycki

Innovatiekring Dementie – Kennisbank – Maart 2010