

Het succes van je organisatie hangt af van je medewerkers. Dat weet iedereen. Daarom is iedere organisatie bezig met het binden en boeien van goede medewerkers.

Van alle initiatieven op dit gebied is de beloning een belangrijke. Het geven van een goede beloning is onmisbaar. Dit alleen is niet voldoende! Vaak wordt juist goede communicatie over het beloningspakket vergeten.



De waarde van juiste communicatie rond beloning

Met beloning is voor iedere organisatie veel geld gemoeid. Dus wordt er terecht veel zorg besteed aan het samenstellen van het beloningspakket al dan niet in lijn is met de bedrijfsstrategie. Dit proces is vaak een interne HR-aangelegenheid. Maar als alleen HR de samenstelling van het beloningspakket snapt dan mis je de grootste meerwaarde daarvan.

Het beloningsbeleid moet geënt zijn op de bedrijfsstrategie
– *Vlerick School of Management 2015*

Bewezen logica

Reward Communicatie is het helder en begrijpbaar met medewerkers communiceren over hoe hun beloningspakket in elkaar zit en wat ze krijgen en waarom. Het snappen van het beloningspakket leidt tot een betere waardering van de beloning. Dit is meer dan een op zichzelf staande logica. Ook in een studie van University of Missouri blijkt dat er een direct is tussen Reward Communicatie en de tevredenheid met de beloning.

Ongeacht de samenstelling van het pakket is vooral het begrijpen van je beloning van belang.

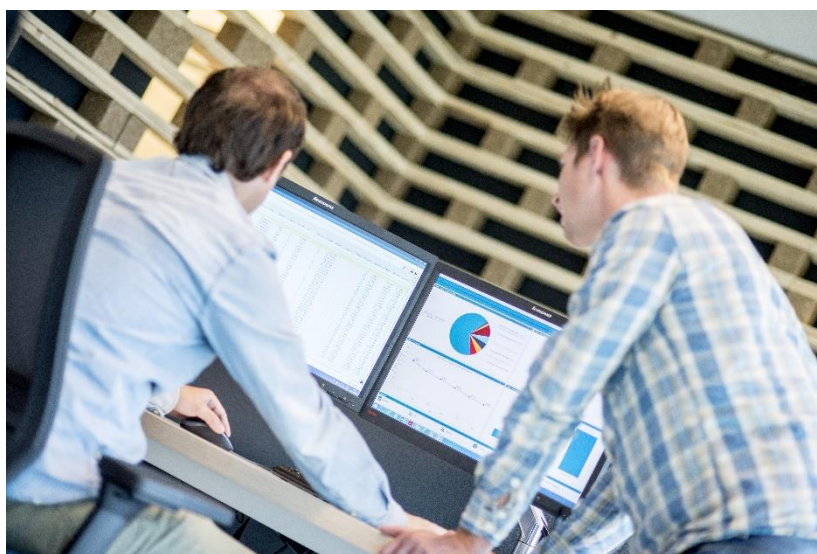
Uit studies blijkt dat in meer dan 70% van de gevallen Reward Communicatie leidt tot meer loyaliteit en performance.

Kritiek punt

“Effectieve communicatie en administratie van de beloningsstrategie, zowel als doorgaande monitoring, is kritiek om de waarde van het beloningspakket ten gelde te maken.”

Bovenstaande zin komt uit de publicatie van het toonaangevende ‘Benefits Quarterly’.

Kortom, wil je als werkgever dat het geld dat je uitgeeft aan salaris en arbeidsvoorwaarden ook gewaardeerd wordt dan moet je het ook communiceren.



Wat levert het op?

Meer communicatie leidt tot meer begrip van de beloning en meer begrip van de beloning leidt tot meer loyaliteit, tevredenheid en productiviteit. Dit ervaart meer dan **70%** van de zo bedrijven blijkt uit onderzoek van Metlife in 2017.

Studies van de University of Chicago ondersteunen dit ook. Reward Communication leidt daarin in **78%** van de gevallen tot meer productiviteit, motivatie en performance en in **79%** van de gevallen leidt tot meer retentie van medewerkers.

Het nut van Reward Communicatie is dus evident. Uiteraard moet ook de uitvoering van de communicatie goed gebeuren en daar zijn verschillende opties voor.

Digitaal

Effectieve communicatie is een uitdaging. De tijd van de salarisstrook op papier is al lang geweest. En ook een digitale salarisstrook werkt al lang niet meer. Maar wat dan wel?

Face-to-Face en Webinars zijn effectief maar zijn kostbaar. Een andere optie is het verstrekken van papier Reward Statements. Hiermee ontstaat volledig inzicht maar dit is een tijdrovend proces en het inzicht is statisch en vaak achterhaald.

Nog effectiever en kosten efficiënter zijn apps en online portals blijkt uit onderzoek van Aon(2015) en Xerox HR(2017). Wat ook blijkt dat maar weinig werkgevers dit doen.

Er ligt dus een grote kans voor werkgevers om hun medewerkers meer betrokken te maken bij het realiseren van organisatiedoelen middels de juiste beloning maar vooral door communicatie hierover.

Deze whitepaper biedt organisaties meer inzicht in de meerwaarde van Reward Communicatie. En dat dit onderdeel is van de algehele beloningsstrategie. Door een beloningsstrategie aansluitend bij de bedrijfsstrategie en een juiste (digitale) uitvoering van de Reward Communicatie kunnen organisaties pas echt meerwaarde halen uit beloning door medewerkers te motiveren, laten presteren en te binden.

Meer weten?

Wil je meer weten over onze dienstverlening? Neem gerust contact op met Pointlogic HR voor een vrijblijvend gesprek. We zijn bereikbaar via +31 (0)10 310 88 10 of per e-mail: f3@pointlogichr.nl

Bronvermelding

Perceived pay communication, justice and pay satisfaction – N. Day - HW Bloch School of Management, University of Missouri - 2011

Benefits Trend Study – Metlife - 2017

A Study on Reward Communications: Methods for Improvement of Employee Understanding – Loyola University Chicago – K. Dow Scott Richard Sperling, Thomas McMullen, Bill Bowbin – 2007

The Impact of Rewards Programs on Employee Engagement – Loyola University Chicago – K. Dow Scott – 2010

Global Compensation and Benefits Management: The Need for Communication and Coordination – Vlerick Business School – X. Baeten - 2010

Creating an effective total reward strategy: Holistic approach better supports business success - Benefits quarterly - SE Gross, HM Friedman - 2004