FPZ Instituut laat WOW's beleven en elke patiënt zich VIP voelen

Tijdens de "Pluripharm Parade" op 18 november 2017 draaide het allemaal om de VIP-beleving. Er was door organisatoren aan alles gedacht van rode loper, een interessant programma tot oesterkoning, DJ en goed gevulde goodie bag. Je kon zien dat mensen genoten, er speciale ontmoetingen waren, dat er ideeën werden uitgewisseld, er eyeopeners waren, dat er heel veel plezier was en gelachen werd. Kortom een zeer geslaagde dag en een echte VIP-treatment. Het FPZ Instituut zette in de plenaire WOW-sessie de patiëntbeleving centraal. Daarna kreeg de patiënt in een drietal workshops een heuse VIP-status. De highlights hebben we hieronder nog een keertje uitgelicht.

Plenaire WOW-sessie - de patiënt in de picture!

Foto's ©Richard Rood

Tijdens een interactieve sessie werd gekeken, waarom juist de beleving van de patiënt van de kwaliteit van FPZ en het vertrouwen in de apotheek zo belangrijk zijn. Was er nog niet zo lang geleden sprake van een gouden toekomst en zonnige tijden, nu zitten veel apotheekorganisaties in zwaar weer. Het preferentiebeleid, de toegenomen wet- en regelgeving, administratieve rompslomp en daarmee gepaard gaande agressie en woordenwisselingen aan de balie verhogen de werkdruk en heeft invloed op het werkplezier in de apotheek. Maar ook de klanttevredenheid staat daarmee onder druk. Hoe kan je als apotheek het tij keren en je op een **positieve** manier **onderscheiden**? Dat kan door vanuit het perspectief van de patiënt, als jouw klant, te denken en handelen en hem/haar het gevoel van welkom te geven.

Dat gevoel van welkom geven, begint bij jezelf. Door trots te zijn op wat je kunt, wie je bent, wat je doet en op de apotheek waar je werkt. Als je trots bent op jezelf geeft dat een goed gevoel, misschien wel een kick en dat straalt bijna als vanzelf over op de ander; op de klant. Maar je welkom voelen is meer: je wordt gezien, er is een warm onthaal, je voelt je op je gemak, je wordt serieus genomen, je ervaart een prettige sfeer met oprechte aandacht en de omgeving is veilig.

I Postbus 1280 I 6501 BG Nijmegen I info@fpz-instituut.nl I www.fpz-instituut.nl I Volg ons op Facebook en LinkedIn I

Tijdens de bijeenkomst werd vervolgens besproken hoe de klant zich nu eigenlijk behandeld wilt voelen:

- behandel je de klant zoals jij behandeld wilt worden of
- behandel je de klant zoals de ander (de klant dus) behandeld wilt worden?

Al snel kwamen de aanwezigen tot de conclusie dat “one size does not fit all”. Ja, het echte welkom zit ‘m erin dat je inspeelt op de behoefte van die ander. Best lastig, want dan moet je achterhalen welke zeer verschillende en persoonlijke behoeften en wensen jouw klanten hebben. Dat is een kunst op zich. Maar eigenlijk begint dat met de ander te zien als mens en niet zozeer als die zielige patiënt, die lastige klant, die drukke apotheker, die altijd vrolijke collega of die grappige vriendin. Het zijn allemaal mensen net als jij, met eigen behoeften en wensen.

Maar hoe maak je nu het verschil? Het Noriaki Kano Model geeft inzicht in hoe voldoen aan de basis-verwachtingen (vaak met veel inspanning) niet direct bijdraagt aan een hogere klanttevredenheid. Nee, het zijn de WOW’s die er toe doen. Het interessante is, dat juist deze WOW’s kleine dingen kunnen zijn. Net even dat extraatje doen door bijvoorbeeld de grote bestelling naar de auto te brengen of de deur open doen voor iemand die slecht ter been is. Het verschil maak je door de ander te verrassen. Samengevat kan je zeggen, dat je je als apotheek op een positieve manier kunt onderscheiden door:

- ✓ Trots te zijn op je werk.
- ✓ Gevoel van welkom te geven.
- ✓ Te zoeken naar WOW-momenten.

Vraag voor alle deelnemers: wat ga jij de eerstvolgende werkdag anders doen?

Workshop “Er komt een VIP in de apotheek”

De vraag die we ons tijdens de workshop stelden was: “Hoe maak je van baliegesprekken een VIP-behandeling?” Om daar een antwoord op te vinden, werd eerst gekeken wanneer en waarom de deelnemers zélf zich eigenlijk VIP voelden. Dat kon tijdens vakantie, winkelen, een uitje of gewoon op weg naar je werk met de bus zijn. Vertellen over je eigen VIP-beleving was eerst even spannend, maar al snel gonsde het in de zaal. We zagen zelfs af en toe blosjes op de wangen ☺. Wat duidelijk werd, is dat ook weer dat VIP-gevoel voor iedereen een eigen en apart gevoel is. Direct geholpen worden in een winkel of juist enige afstand is daar zo’n voorbeeld van. Wel had het voor iedereen te maken met dat moment van WOW of je speciaal voelen. Daar zagen we een mooi voorbeeld van; het effect van een écht compliment!

Vervolgens werden de aspecten van een VIP-beleving in subgroepen uitgewerkt in het VIP-alfabet. Dit leverde heel veel mooie woorden op. De A staat voor Aandacht met een hoofdletter, maar ook de A van Aardig en Attent. Behulpzaam, Begrip en Belangstelling scoorden bij de B hoog en natuurlijk kwam bij de C het Compliment terug. Hartelijkheid zagen we bij de H en de J van Juichen en Juiste informatie. Rust en Relax kwamen bij diverse

I Postbus 1280 I 6501 BG Nijmegen I info@fpz-instituut.nl I www.fpz-instituut.nl I Volg ons op Facebook en LinkedIn I

groepen bij de letter R naar voren. De X-factor werd gevonden en uiteraard de Z van Zorg(zaam) en Zonnig. Je raadt wellicht al wat er bij de W voorbijkwam: WOW en Welkom! Na dit onderdeel beschikten de deelnemers over een brede en grote VIP-woordenschat.

Met deze bagage maakten de deelnemers wederom in subgroepen de vertaalslag naar het baliegesprek. Hier kwam onder andere naar voren dat het belangrijk is de patiënt/klant vriendelijk welkom te heten en te laten zien dat hij/zij gezien is. De tijd nemen, mensen aankijken, glimlachen en letten op non-verbale communicatie werden eveneens vaak genoemd. Ook de patiënt laten weten wat je (gaat) doen, bijvoorbeeld bellen, recept klaarmaken etc. is belangrijk voor een prettig gevoel en gezien worden. En, altijd checken of alles begrepen is. Uiteraard neem je afscheid met een vriendelijke groet!

De workshop werd afgesloten met een persoonlijk voornemen, waar de deelnemers zelf de volgende werkdag mee aan de slag gaan om het WOW-effect in hun apotheek te creëren. Het motto hierbij was: ‘mijn patiënt = mijn VIP!’. Dit leverde de volgende enthousiaste reactie op: “Het team van Apotheek Lochem kijkt met heel veel plezier terug op afgelopen zaterdag. En we gingen gelijk aan de slag met het WOW effect😊. Startend met een hartelijk “hallo” voor alle collega’s.”

WOW’s en VIP-treatment in jouw apotheek?

In je eigen apotheek met “WOW” of “De patiënt als VIP” aan de slag? Neem contact met ons op voor een vrijblijvende afspraak. Dan bespreken we de aanpak die het beste bij jouw specifieke situatie en apotheek past.

Noot foto’s

De foto’s in dit document zijn gemaakt door Richard Rood©. Kijk voor meer foto’s op: https://www.flickr.com/gp/153768934@N06/e29b73