

## Coaching, wat levert het op?

Als een onderneming meer investeert in bijvoorbeeld management coaching, personal coaching en bedrijfsopleidingen, dan kan dit leiden tot een hogere arbeidsproductiviteit. Voorwaarde is wel dat deze investeringen worden afgestemd op de bedrijfsstrategie (wat wil de onderneming bereiken, wanneer en hoe?).

Als er 1 procent meer werknemers op cursus gaan of coaching ontvangen, stijgt de arbeidsproductiviteit met 2-3 procent. Dat heeft het EIM becijferd in het onderzoek 'Bedrijfsopleidingen, geen weggegooid geld'.

Deze formule gaat met name op voor bedrijven die sterk onderscheidende producten of diensten aanbieden. Ondernemingen die vooral zo goedkoop mogelijk willen zijn, kunnen hun personeel beter niet teveel op cursus sturen, zo adviseert het EIM. En als ze het al doen, leer medewerkers dan vooral om ze op korte termijn efficiënter te laten werken of één bepaalde vaardigheid te verbeteren.

Bijvoorbeeld door managers te leren hoe zij zelf hun medewerkers goed of beter kunnen coachen.

Bedrijven die een differentiatiestrategie hebben, kunnen hun werknemers het beste naar opleidingen sturen die gericht zijn op meerdere onderwerpen of vaardigheden, gericht op de groep en op de lange termijn (bedrijfsopleidingen, maatwerk). Personal coaching kan daarbij een belangrijke ondersteunende functie vervullen, om alle medewerkers een deel persoonlijk maatwerk te bieden.

Dat opleidingen en coaching effect opleveren klinkt misschien logisch, maar slechts 20 procent van de MKB-bedrijven heeft een officieel (op papier uitgeschreven) bedrijfsplan. Nu zal iedere ondernemer in de praktijk zijn plan wel trekken, maar het belang om dit expliciet te maken wordt door de meeste ondernemers in het MKB onderschat, aldus het EIM. (Bron: Managersonline.nl)