



Award voor gehoor geven aan klanten

Het Gouden Oor staat symbool voor het luisterend vermogen van een organisatie voor haar klanten*. Het Gouden Oor accentueert het belang van 'klantgevoeligheid', omdat het daadwerkelijk gehoor geven van de klant (behoeften) voorwaardelijk is voor excellente dienstverlening. De Gouden Oor Award is sinds 2007 de jaarlijkse prijs voor organisaties die excelleren in het luisteren naar klanten.

De **Gouden Oor Award Zorg** vestigt de aandacht op best practices om van te leren. De Gouden Oor Award Zorg belooft zorgorganisaties die met succes het luisteren naar klanten aantoonbaar hebben versterkt. Op die manier worden goede voorbeelden zichtbaar en verspreid. In 2014 sleepten **FCIC** (cure) en **Nieuw Amstelrade** (care) de Gouden Oor Awards in de wacht. En in 2015 verdiende **Alexander Monro Borstkankerziekenhuis** de Gouden Oor Award. Op **vrijdag 9 december 2016** wordt de Gouden Oor Award Zorg 2016 uitgereikt.

** 'klanten' staat voor de verschillende termen die zorgorganisaties geven aan mensen die gebruik maken van hun dienstverlening: patiënt, cliënt, bewoner, jeugdige, zorgontvanger, etc.*

De route naar de Gouden Oor Award Zorg

De Gouden Oor Award Zorg beloont organisaties die met succes het luisteren naar klanten aantoonbaar hebben versterkt. De jury is op zoek naar interessante en vernieuwende initiatieven waarmee waardevolle resultaten zijn bereikt die het waard zijn om gezien en gedeeld te worden. De Award kent twee categorieën: Cure en Care.



De toetsingskaders om de best practices vast te stellen zijn gebaseerd op de Gouden Oor Standaard en op internationale best practices. De Gouden Oor Standaard is te downloaden www.goudenoor.nl

Inschrijving voor de Gouden Oor Award geschiedt door invullen van het daarvoor ontwikkelde deelnameformulier. Dat vindt u op de laatste pagina van dit document. Over drie ronden wordt per categorie de organisatie bepaald die de Gouden Oor Award Zorg verdient. In de *eerste ronde* beoordeelt de jury de inzendingen om zo tot een voorselectie te komen. In *ronde twee* wordt de ingediende casus in de praktijk onderzocht. Twee juryleden bezoeken de organisatie en toetsen de casus. De bezochte organisaties ontvangen een juryrapport waarin aangegeven staat wat de praktijkcasus bijzonder maakt en wat de jury als ontwikkelpunten ziet. De jury nomineert vervolgens maximaal zes organisaties (maximaal drie per categorie). Tijdens de *finale* presenteren de genomineerde organisaties hun Gouden Oor case. De stem van het publiek en het oordeel van de jury bepalen per categorie de winnaar van de Gouden Oor Award Zorg. Genomineerde organisaties worden onderscheiden met een Gouden OorKonde.

Genomineerd worden voor de Gouden Oor Award levert niet alleen binnen de organisatie erkenning en trots op; ook publicitair levert het veel zichtbaarheid en goodwill op.

De jury

Jan Vesseur

voormalig hoofdinspecteur IGZ

Corine Jansen

Chief Listening Officer

Irene Muller-Schoof

oprichter Nationaal Zorg College

Hein Dekker

lead auditor Certificatie in de Zorg/Vedas Quality Certification

Ruud Koolen

hoofdredacteur Skipr

Spelregels

De Gouden Oor Award Zorg is de nationale effectiviteitsprijs voor het luisteren naar klanten in de zorg. Stichting Gouden Oor verzorgt de uitvoering ervan. Awards worden uitgereikt aan organisaties waarvan is aangetoond dat zij resultaten hebben geboekt met het gehoor geven aan klanten. Deelnemers aan de Gouden Oor Award Zorg moeten bewijzen of tenminste aannemelijk maken dat luisteren naar klanten een belangrijke rol speelt bij het versterken van de klantgerichtheid en het kwaliteitsmanagement van hun organisatie. Deelnemers zijn verplicht alle vragen uit het deelnameformulier te beantwoorden. De jury wil inzicht en een totaaloverzicht hebben. Het deelnameformulier Gouden Oor Award Zorg dient daartoe. De jury en Stichting Gouden Oor als organiserend orgaan behandelen de informatie op het deelnameformulier en alle additionele informatie vertrouwelijk. Tijdens een bijeenkomst op **vrijdag 9 december 2016** presenteren de genomineerden voor De Gouden Awards Zorg zich aan een (vak)publiek en wordt per categorie de winnaar bekendgemaakt. Genomineerden ontvangen een Gouden OorKonde.

Jurering

De jury beoordeelt de inzendingen in drie fasen.

- Fase 1 In deze fase maakt de jury alleen gebruik van de gegevens zoals die zijn verstrekt via het deelnameformulier. De jury beoordeelt de cases in deze fase naar inhoud en effectiviteit. Alle ingediende cases krijgen feedback van de jury.
- Fase 2 De jury beoordeelt in deze fase de bewijsvoering c.q. de aannemelijkheid van de gepresenteerde informatie. Inzenders die doorgaan naar fase 2 dienen dus bereid te zijn aanvullende vragen te beantwoorden door een locatiebezoek te ondergaan. Na de tweede fase wordt bekend gemaakt welke inzenders genomineerd worden voor de Gouden Oor Award Zorg.
- Fase 3 De jury bepaalt op donderdag 5 november 2015 op basis van de ingediende case, het locatiebezoek, de finale presentatie van de case en de stem van het publiek wie van de genomineerden de Gouden Oor Award Zorg krijgt toegekend. Over de uitslag van de jurering kan niet worden gecorrespondeerd; deze staat ook niet ter discussie.

Kostenvergoeding

De kostenvergoeding voor deelname (voor de beoordeling van de case en het opstellen van verbeterfeedback) bedraagt € 150 ex btw. Genomineerde organisaties betalen daarnaast € 750 ex btw voor het locatiebezoek, het opstellen van een juryrapportage, de presentatie van hun case op de finaledag inclusief twee vrijskaarten daarvoor.

Aanwijzingen van de jury

1. In de eenvoud toont zich de meester!

Beperk uw inschrijving tot maximaal tweeduizend woorden. Gebruik zo weinig mogelijk jargon. De ervaring leert dat cases die kernachtig verwoorden wat de kracht van luisteren is geweest, succesvoller zijn. Gebruik verwijzingen naar beeld of ander materiaal als dat uw case versterkt.

2. De logica van het deelnameformulier

Houd de volgorde van het vragenformulier aan. Er zit logica in.

3. Maak de jury wijzer

Elk deelnameformulier wordt door elk jurylid uitvoerig bekeken en beoordeeld. Beantwoord de vragen helder en duidelijk in, ervan uitgaande dat luisteren naar klanten een doorslaggevende rol heeft gespeeld bij het behalen van resultaten. Wat is bijzonder aan uw case en waarom zou dit voorbeeld navolging verdienen?

4. Onderbouw uw verhaal

Onderbouw het verhaal zoveel mogelijk met feiten (toetsbaar, zichtbaar, voelbaar). Het mooiste is als de situatie ervoor en erna in kaart is gebracht. Helderheid en transparantie is belangrijk, evenals het gebruik van de juiste gegevens. Gebruik het juiste onderzoek, wees niet slordig in gebruik van cijfermateriaal en gebruik alleen kwantitatieve gegevens die er echt toe doen. Grafieken dienen juist te zijn, verwijzingen moeten kloppen.

5. Een goed deelnameformulier is consistent

Zorg voor een consistente aanpak. Alle elementen moeten logisch op elkaar aansluiten.

6. Laat de samenhang zien

Gehoor geven aan klanten is geen one man show. Er moet een gedeeld beeld zijn van waar de organisatie op uit is, mensen moeten samenwerken, ondersteund worden, beschikken over de juiste middelen en moeten inzicht hebben in het effect van hun handelen. Gehoor geven aan klanten dient verbonden te zijn met het grotere geheel. Maak zichtbaar welke verbindingen er zijn en wat er voor zorgt dat deze verbindingen toekomstbestendig zijn.

Deelnameformulier Gouden Oor Award Zorg 2016

Organisatie:

Branche:

Neemt deel aan categorie

0 Cure

0 Care

Omvang (aantal medewerkers):

Omvang klantenbestand

1. Beschrijving van de case

- a) Wat was de concrete aanleiding?
- b) Wat was de situatie voor aanvang (t=0 situatie)?
- c) Welke ambities/doelstellingen/uitgangspunten zijn geformuleerd?
- d) Wat zijn de belangrijkste resultaten voor de kwaliteit van zorg, de veiligheid en de doelmatigheid?

2. Wat heeft de organisatie ontwikkeld om dit resultaat (1.d) te behalen? Denk hierbij aan*

- het gezicht, de stem en de invloed die de klant heeft verkregen
- leiderschap, beleid, betrokkenheid, monitoring en sturing
- de rol van medewerkers, bewustzijn, verbinding en vakbekwaamheid
- inzet van middelen, bijvoorbeeld ondersteuning, budget/capaciteit, randvoorwaarden
- leren & ontwikkelen

3. Wat zijn concreet de resultaten, opbrengsten of effecten op het gebied van*

- a) klanttevredenheid, vertrouwen, reputatie en klantgedrag
- b) meerwaarde voor klanten, toename van klanten/vraag en doelmatigheid
- c) verbonden medewerkers, klantgerichtheid, tevreden en gemotiveerde medewerkers
- d) verbetering van dienstverlening/processen | afname van herhalingsklachten, procesverbetering, doelmatigheid en innovatiekracht
- e) Hoe zorgt de organisatie ervoor dat deze resultaten, opbrengsten en effecten blijvend zijn?

4. Best & next practices

- a) Welke inzichten zijn verkregen (lessons learned)? Wat viel mee en wat viel tegen, welke valkuilen is de organisatietegen gekomen
- b) Welke best practices zijn gerealiseerd? Wat kunnen andere organisaties hier van leren?
- c) Waar ziet de organisatie nog ontwikkelingskansen (next practices) en welke ambities ligt daar aan ten grondslag?
- d) Waarom verdient uw organisatie de Gouden Oor Award Zorg? Wat is uniek aan het project of het resultaat?

* voor toelichting zie Gouden Oor Standaard te downloaden op goudenoor.nl

Inzendingen dienen uiterlijk **1 oktober 2016** gericht te zijn aan mail@goudenoor.nl

Vragen over de Gouden Oor Award? Neem dan contact op met Corine Jansen (06 83908807) of Hein Dekker (06 26176098).

De Gouden Oor Award Zorg is een initiatief van Stichting Gouden Oor.
De Stichting beweegt organisaties gehoor te geven aan klanten om de relatie met hen te versterken en het lerend vermogen te bevorderen teneinde duurzaam succesvoller te worden.
goudenoor.nl

