

Onmisbare helden achter de schermen

Sodexo neemt organisaties de zorg voor hun facilitaire dienstverlening uit handen met een integraal aanbod, vertellen CEO Robert Claasen en COO Marcel Brouwer. Trefwoorden in de dienstverlening zijn kwaliteit en welzijn, samengevat in Quality of Life, het motto sinds de oprichting meer dan vijftig jaar geleden.

"Als facilitair dienstverlener is Sodexo onderdeel van de vitale economie", zegt CEO Robert Claasen. "In de pandemie zijn we onze diensten blijven leveren in onder meer ziekenhuizen en productiebedrijven. Er is terecht veel aandacht voor de helden in de zorg. Onze vakmensen zijn de helden achter de schermen. Dankzij hun inzet kunnen organisaties veilig en optimaal blijven functioneren." Medewerkers van Sodexo, van cateringmedewerkers, receptionistes, onderhoudsspecialisten, accountmanagers en schoonmakers tot technische professionals, zorgen verder dat organisaties zich volledig kunnen richten op hun kerntaken, vervolgt COO Marcel Brouwer. "Voor ons is facilitaire dienstverlening de kerntaak. Wij bieden dat integraal aan en ontzorgen zo onze klanten."

Een voordeel van Sodexo als IFM-provider (Integrated Facility Management) is dat klanten één aanspreekpunt hebben en dat er regie zit op diensten en hun samenhang, gaat hij verder. Belangrijk is dat de kwaliteit van dienstverlening boven elke twijfel is verheven, dat het aanbod op kosten concurrerend is en, volgens Brouwer het voornaamste, dat Sodexo "koning is in het facilitaire domein". "Met onze best practices en kennis van trends en ontwikkelingen tonen we aan dat we vooroplopen." Onderscheidend is ook de professionaliteit van de medewerkers. "Onze mensen hebben een facilitair zintuig. Ze zien wat er moet gebeuren en nemen hun verantwoordelijkheid." Als praktisch voorbeeld noemt hij een doos die een nooduitgang blokkeert: als een medewerker dat ziet, haalt hij of zij die meteen weg. ▶



DEEL ONLINE

Focus op welzijn

De geschiedenis van Sodexo begint in 1966. Dan start de Fransman Pierre Bellon met de uitlevering van broodjes per bakfiets in de haven van Marseille. Anno nu is Sodexo wereldwijd actief in 64 landen, met meer dan 400.000 medewerkers die dagelijks diensten leveren aan ruim 100 miljoen mensen. Het motto is hetzelfde als in de beginnagen: Quality of Life. “De focus ligt sterk op het welzijn van mensen, zowel die van de gebruikers van onze diensten als die van de eigen medewerkers”, aldus Brouwer.

Met Quality of Life als motto is aandacht voor maatschappelijk verantwoord ondernemen vanzelfsprekend – al zestien jaar staat Sodexo aan top van zijn sector in de Dow Jones Sustainability Index. Concrete doelen in Nederland zijn onder meer terugdringen van voedselverspilling met 50% in 2025 en minimaliseren van afval. Verder zet Sodexo in op kansen voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. “In facilitaire dienstverlening kan dat uitstekend”, legt Claasen uit. “Verder willen we zo snel mogelijk weer werk bieden aan mensen uit kwetsbare groepen die getroffen zijn door de pandemie.”

Anders werken

De pandemie toont hoe belangrijk Quality of Life is, zegt Claasen. De vraag is hoe je die het best kunt borgen als de pandemie voorbij is. “Hoe gaat werk er dan uitzien? De verwachting is dat dit vaker vanuit huis zal

zijn. Wanneer komen werknemers dan naar kantoor en waarom? Het is een vraag waar wij veel over nadenken. Voor onszelf en voor én met onze klanten. Hoe garandeer je bijvoorbeeld Quality of Life op kantoor als bedrijven beschikbare ruimte afbouwen? Hoe behoud je verbinding tussen medewerkers?”

Een andere uitdaging is Quality of Life als mensen thuiswerken, weet Brouwer. “Hoe zorg je dat zij daar een goede netwerkverbinding hebben, dat er een plek is die voldoet aan de arbo-eisen? Wij kunnen helpen met services aan huis en elders.” In een pilot met een klant heeft Sodexo hier ervaring mee opgedaan.

Digitalisering

De pilot illustreert dat Sodexo voortdurend zoekt naar manieren om de dienstverlening te optimaliseren, aansluitend bij ontwikkelingen in de markt. “Zoals elke crisis versterkt de pandemie bestaande trends”, merkt Claasen op. “Zo is bestellen per app afgelopen jaar in een stroomversnelling geraakt, omdat je zo het aantal contactmomenten kunt verminderen. Het zal blijven, omdat het efficiënter is. Digitalisering neemt überhaupt een vlucht.”

Bestellen per app is een concreet voorbeeld. Op wat abstracter niveau heeft de pandemie de transformatie van Sodexo tot wendbare organisatie versneld. “We hebben moeten leren om wendbaar te zijn”, aldus Claasen. “Het werk intern en bij veel van onze klanten veranderde van het ene op het andere moment. Onze mensen hebben hier fantastisch op gereageerd en laten zien hoe belangrijk het is om als één team op locatie bij de klant samen te werken.” Klanten merken niets van al die inspanningen, constateert hij tevreden. “Ons werk valt alleen op als er wat fout gaat. Onze teams kunnen niet wachten tot kantoren weer volledig opengaan. Wij zijn er klaar voor.” ■

MARCEL BROUWER
EN ROBERT CLAASEN:
**‘Onze mensen hebben
een facilitair zintuig:
ze zien wat er
moet gebeuren en
doen dat ook’**

