

VOOR ELKAAR, VOOR GROEN EN NIEUWE GENERATIES

Samen werken aan een betere leefomgeving waarin de belangen van mens, klant en omgeving samenkomen. Dat is de missie van Asito. Het schoonmaakbedrijf kiest hiermee voor een duurzame toekomst en positieve impact. “We voelen ons ook verantwoordelijk voor de volgende generaties.”

“In een wereld waarin veel gebeurt is het belangrijk én moeilijk om positieve impact te maken. Er zijn wereldwijde klimaatproblemen en in ons eigen land leven mensen in armoede. Tegelijkertijd ervaren wij, zoals veel werkgevers, de gevolgen van de krappe arbeidsmarkt. Wij willen positieve invloed uitoefenen op mens, klant en omgeving door keuzes te maken die passen bij het DNA en de waarden van ons familiebedrijf”, stelt algemeen directeur Bob Mols.

De ambitie van Asito is duidelijk en concreet: “Wij willen het meest mensgerichte en vakkundige schoonmaakbedrijf van Nederland worden. Dat doen we voor en met elkaar. Enerzijds door een goede werkgever te zijn en anderzijds door ons te verdiepen in de wereld van onze klanten en zo oplossingen voor hun problemen te vinden. Hierbij hebben we oog voor de wereld, want we vinden dat het groener en duurzamer moet. Uiteindelijk maken we deze keuzes voor volgende generaties. Want ons sterke familiebedrijf moeten we samen toekomstbestendig, betekenisvol en financieel fit houden. Dan kunnen we onze positieve impact steeds groter maken.”

AANDACHT VOOR DE MENS

Bij het in Almelo gevestigde schoonmaakbedrijf draait alles om aandacht voor de mens. “Onze medewerkers geven ons bestaansrecht”, stelt Mols. “We investeren daarom in hun





Arjan Geurtsen, Cindy Winkel en Bob Mols

'Onze ambitie? Het meest mensgerichte en vakkundige schoonmaakbedrijf van Nederland zijn'



duurzame inzetbaarheid en ontwikkeling. We helpen hen bij het benutten van hun talenten en stimuleren ieders groei. Heeft een medewerker een financiële uitdaging? Ook dan helpen we hem of haar, bijvoorbeeld door een budgetcoach in te schakelen."

Een jaarlijks terugkerend initiatief is Samen eten & Asito. Medewerkers bereiden dan gerechten voor hun collega's. Met een hapje en een drankje gaan ze in gesprek vanuit de eigen cultuur of achtergrond. "Het creëert betrokkenheid, zowel bij collega's als bij de organisatie", licht Mols toe. "Dit resulteert in meer werkplezier, betere kwaliteit van het werk, verhoogde productiviteit en minder verzuim. We gaan onverminderd door met dit soort initiatieven en werken elke dag aan een organisatie waar onze medewerkers graag zijn en nog jaren willen blijven."

SAMEN & SCHOON

Behalve de medewerkers zet Asito de klanten centraal. "We willen een dusdanig sterke relatie met elke klant opbouwen, dat geen klant meer overweegt om de samenwerking te beëindigen", glimlacht Cindy Winkel, directeur commercie. "Meedenken met de klant en van betekenis zijn, is voor ons belangrijk. Ons motto is niet voor niets 'samen & schoon'. Als je elkaar goed begrijpt en communiceert als partners, vind je gezamenlijk manieren om de dienstverlening te verbeteren. De stap naar segmentorganisatie is gemaakt om klanten nog beter van dienst te zijn met onze specialistische kennis. Zodoende sluiten we beter aan op hun behoeften.

Objectleiders en klantmanagers zijn de cruciale schakel naar de klant. Winkel: "Zij zijn het eerste aanspreekpunt en weten wat er speelt. Vanuit hun verbindende rol kunnen ze klantbehoefte, werkmethode, processen en de kwaliteiten van onze medewerkers op elkaar afstemmen. Zij zorgen ervoor dat het werkt, voor iedereen."

BETERE KEUZES

Asito voelt een grote verantwoordelijkheid richting de omgeving en toekomstige generaties. Arjan Geurtsen, verantwoordelijk voor merk en strategie binnen de directie, legt uit: "Onze klanten verwachten van ons dat we innovatief zijn, meebewegen en toekomstgerichte oplossingen ontwikkelen die voldoen aan eisen op het gebied van duurzaamheid." In 2030 werkt Asito minimaal CO₂-neutraal, zo luidt de ambitie. "We maken onze grondstofstromen op dit moment volledig inzichtelijk, kiezen voor betere alternatieven en gaan verspilling tegen. We realiseren ons hoe groot de impact van kleine gewoontes kan zijn en gaan hierover in gesprek met klanten. Een praktisch voorbeeld: wil je elke dag lege prullenbakken met een verse plastic zak? Of is het misschien beter om ze wat minder vaak te legen, omdat je daarmee plasticverspilling tegengaat, en tijd en zelfs transport bespaart? Het feit alleen al dat je dit soort gesprekken met elkaar voert, is een stap richting betere keuzes."

Het mag duidelijk zijn: bij Asito kijkt men verder dan alleen schoonmaak. Behalve een sterke missie en ambitie heeft het bedrijf concrete plannen en initiatieven om de doelstellingen te bereiken. Maar bovenal een team van betrokken medewerkers dat de toekomst vol optimisme en energie tegemoet treedt. Hét recept voor positieve impact en een duurzame toekomst.



DEEL ONLINE