

Hoe de klant nu echt in beweging te krijgen? Ina Mouris, 20 mei 2018

Over burgers in hun eigen kracht zetten is inmiddels al het nodige geschreven. Met name de ontwikkelingen rondom de Wmo 2015 zijn hier debet aan. De geest is uit de fles en het tij van de zelfredzaamheid zal voorlopig niet gekeerd worden. Maar wat nu eigenlijk het belang van eigen kracht is en hoe je burgers/klanten in hun eigen kracht versterkt; dat zijn vragen die voor vele professionals in het sociaal domein nog de nodige hoofdbreken kunnen opleveren. Er zijn daarbij vaak de nodige twijfels: laten we burgers niet teveel aan hun lot over door zo de nadruk te leggen op het zelf doen en het doen van een beroep op het eigen netwerk? Hoe reëel is het eigenlijk om dit aan burgers te vragen? Er zijn volgens zeggen nog al wat burgers die door allerlei redenen niet zo zelfredzaam zijn als de overheid zou willen...

Over ZOEKEN gesproken..

De methodiek ZOEKEN (Zicht Op Eigen Kracht En Netwerk) is door Mouris Projecten Bureau ontwikkeld in 2011 in opdracht van de gemeente Rotterdam, vanuit de behoefte aan een gespreksmethodiek voor de VraagWijzers Rotterdam. Geconstateerd werd namelijk dat het sinds de invoering van de Wmo in 2007 nog niet zo opschoot met het in de eigen kracht zetten van klanten: dus met de gewenste omslag van 'zorgen voor' naar 'zorgen dat', zoals het korthedshalve ook wel omschreven werd. Er moest meer ingestoken worden op het verhelderen van de vraag en het empoweren van de klant, vandaar.. Na de introductie van ZOEKEN in R'dam is ZOEKEN binnen de Haagse welzijnsorganisatie Xtra – voor alle servicecentra XL in de stad d.m.v. een traject voor implementatie en borging – vanaf 2013 met succes uitgewerkt tot wat het nu is, DE activeringsmethodiek voor het klantgesprek in het sociaal domein.



Producten van ZOEKEN

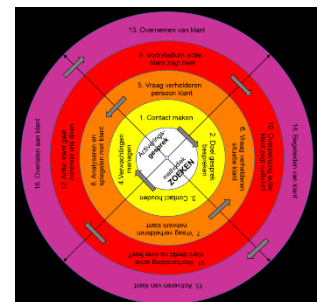
ZOEKEN maakt gebruik van diverse producten: methodiekbeschrijvingen met probleemstelling en doelen, trainingen BASIS en PLUS, casuïstiek en hulpmiddelen, zoals de ZOEKEN-matrix, de Banners en het registratieformat waarin we monitoren hoe in een ZOEKEN-gesprek de sociaal werker handelt, of de klant daadwerkelijk in beweging komt en hoe de klant het gesprek en de activerende aanpak waardeert. Daar is in mei 2018 het product 'Cirkels van Beweging in het activerend klantgesprek©' aan toegevoegd. Eigen kracht en netwerk komen in mijn optiek pas in beeld als de klant bereid is om eerst in beweging te komen. Zonder beweging geen eigen kracht! Maar hoe dit te bewerkstelligen?

Cirkels van Beweging in het activerend klantgesprek

Hoewel ieder gesprek natuurlijk anders verloopt, zijn er wel een aantal vaste patronen aan te wijzen. Zeker als het gesprek tussen professional en klant op een methodische wijze gevoerd wordt om de kans op succes (lees: beweging) zo groot mogelijk te maken. De in het totaal 4 cirkels laten zien hoe met welke gespreksopbouw de klant uitgenodigd kan worden om in beweging te komen. De onderwerpen van de cirkels zitten op zich allemaal al in ZOEKEN, maar zij worden hier nu op een interactieve manier met elkaar in relatie gebracht. Dit verhoogt naar ik hoop ook het inzicht in de volgorde van de werkzame bestanddelen van het in beweging krijgen van de burger. We werken in een gesprek 'van binnen naar buiten', maar volgen als daar aanleiding voor is net zo makkelijk/flexibel de weg terug, dus van buiten naar binnen.

Cirkel 1 geel: Elementen van een goede start van het gesprek

De witte kern van de Cirkels van Beweging is het activeringsgesprek en deze wordt omsloten door de 4 elementen van de goede start van het gesprek. De eerste, gele cirkel is eigenlijk een constant draaiende schijf onder het gesprek: is er nog steeds contact, zijn doelen en verwachtingen nog steeds helder? Zo niet, nogmaals 'draaien' en het gesprek (weer) voeren.



Cirkel 2 oranje: Fasen van de methodische gespreksvoering

Het is van belang om alle 4 fasen in deze methodiekcirkel (meermalen) te doorlopen: komen de persoon, de situatie en het netwerk achter de vraag (steeds beter) in beeld, en wordt hetgeen gevonden wordt met de klant besproken, bespiegeld en geanalyseerd? Soms is voor dat laatste meer vraagverheldering nodig. Cirkel 2 wordt succesvol doorlopen – mede ondersteund door het meebewegen van de professional in Cirkel 4 – als de klant in Cirkel 3 gaat bewegen.

Cirkel 3 rood: Stappen in de beweging die de klant kan maken

De 4 stappen in deze cirkel kunnen alleen door de klant gezet worden. De klant bepaalt het startpunt en de snelheid waarmee hij/zij de volgende stap neemt. Het analyseren en spiegelen met de klant in de voorliggende cirkel, Cirkel 2, helpt de klant om vervolgstap(pen) te zetten. Soms is daar nog meer vraagverheldering voor nodig, hetgeen betekent dat Cirkel 2 nog meerdere keren moet draaien. Mooi is het als de klant uitkomt bij stap 12: hij gaat concreet iets doen.

Cirkel 4 paars: Basisvormen van meebewegen door de professional

In deze cirkel beweegt de professional mee met de stap(pen) van de klant in Cirkel 3. Al naar gelang waar de klant staat en wat deze kan en wil, beweegt de professional mee: met begeleiden, activeren, overlaten of gewoonweg (tijdelijk) overnemen. Met dat laatste faciliteren we dan die burgers voor wie zelfredzaamheid (op dit moment) een brug te ver is.