

# Manage uw mening!

Marketingmix, 360° feedback, SMART-goals, visual branding, competentie management, lean six sigma black belt, unique selling points. Allemaal management termen die ons in de greep houden. Termen die ontstaan zijn vanuit een praktijksituatie en door adviesbureaus zijn “vertaald” naar controleerbare methodieken en systemen. Deze management termen en zogenaamde beheers methodieken zijn voor een organisatie allemaal extra ballast!

**WANT WAT DOEN** we met al deze duurbetaalde methodieken in onze organisatie? We zijn vaak met van alles en nog wat bezig om te proberen de organisatie onder controle te houden. Hoe meer management systemen, des te meer we denken de controle te hebben. Echter, we dwalen steeds verder af van de kern waar het eigenlijk om te doen is. “If everything seems under control, you’re just not going fast enough,” is een bekende uitspraak van Mario Andretti welke door Stelios van Easyjet in de praktijk is gebracht.

Dure management termen en systemen zijn dus overbodig. Zorg dat u weet wat u doet en waar het in essentie om draait binnen uw organisatie! Dit is niet zo ingewikkeld: alles draait om logisch nadenken, consequent zijn en je eigen principes niet loslaten.

Want feitelijk ziet elke organisatie er versimpeld zo uit; gezamenlijk iets doen. De bakker bakt een brood, de fabriek maakt auto’s en een onderhoudsbedrijf repareert. De medewerkers kunnen dit

product of dienst voortbrengen en ze weten hoe dit te doen. Zij willen hun vrije tijd hiervoor inruilen, gecompenseerd met een salaris van de organisatie. Echter, een gedeelde mening ontbreekt veelal. Zorg dus dat u uw mening over de essentie van uw bedrijf deelt met uw medewerkers.

## Zegt u wat u denkt, of praat u na wat u hoort?

Waarschijnlijk denkt u het eerste. U herhaalt vaak genoeg dat uw debiteurenvorderingen tijdig geïncasseerd moeten worden of dat HR gewoon eens moet opschieten met recruten en dat uw productieleider een shift planning maakt die klopt en niet uitloopt met extra kosten. Hierbij maken we echter al snel de fout om af te wijken van essentie van de organisatie! Een gedeelde mening ontbreekt in deze boodschap.

Een goed voorbeeld van een gepassioneerde mening is duidelijk aanwezig binnen het vliegtuigonderhoud bedrijf, waar beide schrijvers elkaar hebben ontmoet. De mening van het onderhoudsbedrijf is namelijk; ‘het zo veel mogelijk laten vliegen van de vliegtuigen’. Iedereen binnen de organisatie draagt hieraan haar steentje bij. De onderhoudsmonteur met zijn vak kennis, de inkoper welke de juiste materialen verzorgt en de planner zorgt voor zo kort mogelijke sta-tijden. De rest is bijzaak! Hierdoor weet iedereen in de organisatie waar ‘het om te doen’ is en dit verhoogde de motivatie enorm. Er ontstaat een natuurlijke binding tussen alle medewerk(st)ers. Wanneer een medewerker het niet eens is met de essentie en zijn rol daarin, zal hij snel afscheid nemen van de organisatie. Dit is voor de organisatie het beste, omdat hij en zijn managers dan met allerlei bijzaken bezig zullen zijn en niets bijdragen aan de essentie van de organisatie. Het gebruik en focus op procesoptimalisatie, Lean Six Sigma of competentie management om bijvoorbeeld onderdelen efficiënter te bestellen, is een afgeleide bezigheid welke uiteindelijk afleiden van de essentie van de organisatie, namelijk vliegtuigen zoveel mogelijk te laten vliegen.

Maak dus werk van uw mening en ga niet verder in het toepassen van allerlei management technieken en de waan van de dag. Zorg dat u én uw medewerkers aan de slag gaan met de essentie en wat u als ondernemer vindt dat er moet gebeuren. Hiervoor zijn geen dure veranderingsmanagement trajecten nodig (de term alleen al ...), maar het leren van nieuw (gewenst) gedrag bij uw medewerk(st)ers.

## Hoe kunt u dit bereiken? Gewenst gedrag

De hersenen van een mens zijn van nature lui. Als gedrag is aangeleerd in het verleden hebben de hersenen dit gedrag ‘geprogrammeerd’ om uit te voeren. Onderzoek wijst uit dat het afleren van dit jarenlange geprogrammeerde gedrag niet zal lukken. De hersenen kiezen voor de makkelijkste weg (lees: oplossing) en laten ons keer op keer vervallen in het oude (ongewenste) gedrag. Dus waarom nog dure management technieken doorvoeren wanneer dit bewezen is?

Gelukkig is er een oplossing: Geef uw mensen een alternatief zonder het oude gedrag af te willen leren. Creëer voor uw mensen een nieuwe weg. Dit gaat de eerste keer zo moeilijk als het maken van een weg door het oerwoud. Wanneer uw mensen uw mening gaan herhalen en blijven toepassen, zijn zij bezig de gemaakte weg in het oerwoud comfortabel te maken voor (dagelijks) gebruik. Uw mensen zullen minder vaak terugvallen in de oude geprogrammeerde gewoonten, welke ver van de essentie af liggen.

Kort gezegd: Als u nieuw gedrag tweeweg wilt brengen, zorg dan dat het oude gedrag verdrongen wordt door het gewenste nieuwe gedrag, tot op het punt dat het nieuwe gedrag veel gemakkelijker gaat dan het oude gedrag. Onthoud wel dat er altijd een risico blijft op het vervallen in oud gedrag! Keur in dit geval oude gedrag niet af en verval zelf niet in uw oude rol, maar blijf de gewenste situatie en uw mening communiceren. Maak de gewenste resultaten zichtbaar voor uzelf en communiceer deze helder naar uw mensen. Dat zal u veel meer opleveren!

Elke situatie is natuurlijk anders, maar vaak weet u zelf de beste oplossingen voor uw organisatie. Wie staat er immers dichtbij dan uzelf? Alle management theorieën zijn opgesteld na toetsingen in de praktijk bij (vaak succesvolle) bedrijven, om behaalde resultaten te verklaren. Wie zegt dat de theorie uit boeken ook bij u werkt? Misschien ontwikkelt u wel uw eigen theorie, echt toepasbaar op uw organisatie!

Bouwen aan de essentie van uw organisatie, kunt u alleen zelf doen. Blijf dichtbij uzelf en laat u niet afleiden door allerlei management theorieën. Het belangrijkste om te managen is uw mening! Pim van Berkel & Marco Smit