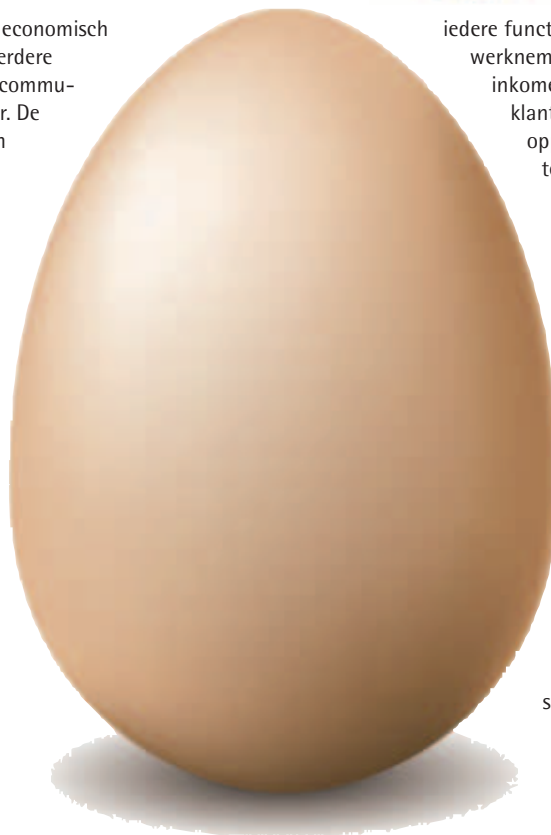


► Het belang van teamwork

de en het



We leven in de 21e eeuw. Een eeuw die economisch in het teken staat van informatica en verdere technologische ontwikkelingen. Vooral communicatie wordt daarbij steeds belangrijker. De jaren negentig stonden in het teken van klantgerichtheid en kwaliteitszorg. Bedrijven die zich na de eeuwwisseling willen blijven handhaven, zullen op zijn minst aan deze klantgerichtheid moeten voldoen. Zij die daar niet mee bezig zijn, verliezen gegarandeerd de slag. Het zoeken naar nieuwe klanten en het behouden van bestaande relaties is een absolute must voor ieder bedrijf. Samenwerking en teamwork zijn daarvoor belangrijke, zo niet de belangrijkste, schakels in het proces van overleving en voortgang. Sterker nog, samenwerking en teamwork vormen de basis, de kern waar alles om draait. Want hoe ver de technologie ook zal gaan, de persoonlijke communicatie blijft altijd de doorslaggevende factor binnen het economische verkeer. Daarom moet in ieder bedrijf de essentie en de noodzaak van klantgerichtheid in



iedere functie, op iedere afdeling en door iedere werknemer begrepen worden. Want... salaris, inkomen en winst worden betaald door de klanten. Iedere organisatie kent twee grote opposenten, te weten de operationele of technische activiteiten versus de commerciële afdelingen. Vaak zitten deze twee niet op één lijn. Echter, de een kan niet zonder de ander en is ook niet belangrijker dan de ander, al wordt dat wel veel gedacht. Zonder verkoopactiviteiten kan er nu eenmaal niets worden geproduceerd en zonder productie of ontwikkeling kan er niets worden verkocht. Een goede samenwerking tussen beide is dan ook van groot belang, en dat zullen zowel de commerciële als niet-commerciële medewerkers moeten inzien. Begrip, maatwerk en vooral samenwerking die op elkaar is afgestemd, zijn onontbeerlijke voorwaarden voor succes. Het is als het verhaal van de kip en het ei: zonder kippen kunnen er geen eieren worden gelegd en zonder eieren worden er geen kippen geboren.

► De groep en het individu Spijkers met koppen slaan!

Wat mij is opgevallen aan het Contourium 2008 was dat de mens en zijn relatie met anderen centraal stond in nagenoeg alle presentaties.

Daarmee bedoel ik:

- De verkoper als mens.
- Niet één eindbesliser maar een groep van mensen die achter de schermen de beslissing beïnvloeden.
- Van accountmanagement naar (in alle lagen) relatiemanagement.
- De balans tussen wie je bent, wat je wilt en wat je kunt.
- Jezelf als jezelf presenteren.

Inbreng

De sprekers schroomden niet om hun persoonlijke relaties onder de toehoorders bij naam te noemen en de aard van hun verbinding te beschrijven. Er werd ook veel inbreng gevraagd ter ondersteuning en ter verduidelijking van de presentaties. In mijn beleving was ook de sfeer in de pauzes zo. De gesprekken waren merendeels gericht op persoonlijk contact, in plaats van in eerste instantie te zoeken naar zakelijke raakvlakken.

Gunnen en samenwerken

Daarmee is de essentie van het gunnen in wezen belicht: wie je bent, waar je voor staat en de relatie die je hebt tot de ander.

Dat samenwerken van belang is, spreekt voor zich. Echter, de sfeer en de essentie van samenwerken is aan het veranderen als gevolg van een flink aantal factoren, waaronder:

- krapte op de arbeidsmarkt;
- minder beschikbare tijd;
- kostenbeheersing;
- meer informatieprikkels;
- beschikbare technologie.

De noodzaak voor een organisatie of bedrijf om de aanwezige intellectuele en ervaringscapaciteiten te bundelen om sneller in te kunnen spelen op alle veranderingen en ontwikkelingen wordt met de dag belangrijker.

Met zijn allen

Stel u voor: er zit een groep van zes mensen rond een tafel. Ze zijn er met een reden. Ze gaan een besluit nemen! De flip-over staat geduldig in de hoek te wachten, klaar om op te sommen en samen te vatten. Eigenlijk wil de eindverantwoordelijke een kant op gaan op basis van de informatie die hij zelf al heeft, maar het

is duidelijk dat de uitvoering effect heeft op meerdere werkgebieden en dat de medewerking van de aanwezigen noodzakelijk zal zijn om succesvol, en bovenal, effectief te kunnen zijn. De eindverantwoordelijke leidt de bijeenkomst uitgebreid in en er wordt aandachtig geluisterd. De inleiding is vooral uitgebreid in de hoop dat iedereen zich persoonlijk aangesproken en gewaardeerd voelt.

Het tijdsplan wordt genoemd: 'Over een half jaar moet het er zijn...' Er is een moment van stilte.

De eerste gedachte van deelnemer 1 is: tijd zat.

De eerste gedachte van deelnemer 2 is: natuurlijk, dat kan er ook nog wel bij.

De eerste gedachte van deelnemer 3 is: spannend.

De eerste gedachte van deelnemer 4 is: met een beetje geluk misschien.

De eerste gedachte deelnemer 5 is: bekend verhaal, wordt niets. Tijdens diezelfde stilte denkt de eindverantwoordelijke: zo te zien viel dat niet slecht. En het besluitvormingsproces gaat beginnen.

Het individu

Deze eerste individuele gedachten bepalen voor een aanzienlijk deel het verloop van het besluitvormingsproces en de onderlinge verhoudingen tijdens het proces. Het zijn waarden die bepalen of de individuele inzet gericht zal zijn op:

1. samenwerken;
2. meewerken;
3. aanwezig zijn maar niet (of minimaal) deelnemen aan het proces;
4. zoveel mogelijk afhouden.

Deelnemer 5 met zijn gedachte: 'bekend verhaal, wordt niets', gaat subtiel achterover zitten en laat de wereld aan zich voorbijgaan en denkt aan zijn kleinkinderen. Hij wil zo snel mogelijk terug naar zijn eigen werk. Dit soort processen en vergaderingen heeft hij al vaker meegemaakt en zijn inbreng werd geregeld lacherig ontvangen of stilzwijgend weggewuifd.

Door de reacties in het verleden en daaruit voortvloeiend de huidige houding van deelnemer 5, wordt een schat aan ervaring genegeerd. Sterker nog, deelnemer 5 zal niet merkbaar maar kinderachtig terughoudend reageren op de inbreng van de anderen.

De groep

Hoe dan wel ruimte te bieden aan de individuele waarden, deze constructief te benutten en daardoor eensgezindheid te creëren?

1. Omkader het proces

- Creëer een veiligheid die vrij spreken stimuleert.
- Lachen mag, maar niet om een uitspraak.
- Reageren mag, maar dan wel op een uitspraak en niet op een persoon.
- Benoem een aantal sterke punten/eigenschappen van de deelnemers.
- Vraag dringend om eerlijkheid.
- Spreek vooraf af hoe er met dilemma's om zal worden gegaan; besluiten of parkeren (dat creëert duidelijkheid, verwachting en bovenal... committent!).
- Vraag aan iedere deelnemer afzonderlijk een bevestiging dat de kaders duidelijk zijn en gerespecteerd zullen worden (kijk hierbij iedereen aan).

2. Creëer de kernvraag

- Benoem heel concreet het doel van de bijeenkomst.
- Kwantificeer (maak het doel meetbaar te controleren), bijvoorbeeld: 'Hoe gaan wij onze dienstverlening met 20 procent verbeteren?', of: 'Hoe gaan wij ervoor zorgen dat de geplande omzet voor product X wordt gehaald in tijd Y?'

3. Verzamel alle denkbare gedachten

- Hang meerdere vellen (flip-over) papier naast elkaar. Wees daarmee niet zuinig, het zien van ruimte werkt stimulerend.
- Schrijf de kernvraag groot en leesbaar bovenaan de vellen.
- Laat iedereen zijn gedachten in een paar woorden op (gele) papiertjes opschrijven en meteen ophangen.
- Benoem dat de gedachten over alles mogen gaan in relatie tot de kernvraag, ook buiten de eigen directe taakgebieden van de deelnemers. Hierdoor ontstaan discussies en worden meningen gedeeld.
- Houd het proces van schrijven en ophangen bewegelijk en snel, anders kunnen de deelnemers het gevoel krijgen dat ze op hun vingers worden gekeken door de ander.

4. Groepeer

- Ga met zijn allen voor de vellen staan en zorg dat de deelnemers gezamenlijk bepalen welke gedachten waarvan zij denken dat die bij elkaar horen, bij elkaar worden gehangen. Dit werkt discussies in de hand en zal wederzijds begrip creëren.
- Ontbreekt er toch iets, vul dat dan aan.
- Zorg ervoor dat de afzonderlijke groepen gedachten duidelijk van elkaar gescheiden hangen.

5. Betitel

- Geef de afzonderlijke groepen in gedachten een titel.
- Gebruik bij voorkeur een of twee woorden per titel.

6. De essentie

- Kopieer de titels naar een nieuw vel en bespreek met elkaar wat de essentie is van alles; 'het hart' (waarmee alles valt of staat).
- Plaats de overige titels in volgorde van belangrijkheid.

7. Stel de doelen, verdeel de taken

- Maak een opsomming en vraag of iedereen het eens is met de opsomming of dat iemand nog iets mist.
- In plaats van de taken te verdelen vraagt u wie welke taak op zich wil nemen. Vraag ook waarom.
- Observeer welke taken moeilijk verdeeld worden en vraag de deelnemers naar hun mening: waarom is dit zo?

Ik deel het bovenstaande met u omdat dit een effectieve methode is om constructief en gemakkelijker tot besluiten te komen. Ook als er maar twee mensen bij betrokken zijn. Het leidt tot een beter contact, maakt duidelijk wat er leeft in de groep en, misschien nog wel belangrijker, het geeft inzicht in wat niet leeft in de groep.

Ik geloof in het delen van kennis. Mocht u vragen hebben over hoe u het kunt toepassen in uw specifieke situatie, dan kunt u altijd contact met mij opnemen.



Ton Oosterwijk

Energy - Action - Results ©
Buffin Leadership International

www.buffin.com - bcoi@buffin.com



Verkoopersonline.nl
Dagelijkse informatiebron voor Sales Professionals