

# VOORWOORD

## LAURENS



Op een dag polste Raymond de Looze mij of het niet leuk zou zijn om samen een boek over Team Rockstars IT te schrijven. Het was toch wel erg gaaf wat we hadden neergezet met het bedrijf. Zou onze aanpak om mensen radicaal op #1 te zetten een inspiratie kunnen zijn voor andere bedrijven? Al vlug ontstond het idee voor de Rockstars Methode en dit boek.

Het beantwoorden van de vraag wat de kern is van de Rockstars Methode bleek even complex als het ontleden van een verliefdheid. Waarom is die ander nou precies zo leuk? Je hebt wel een idee, maar breng het maar eens onder woorden.

Wat volgde was een proces van anderhalf jaar waarin we nadachten over de vorm, de timing en de structuur van de Rockstars Methode en het boek. We besloten om er een aantal kameraden bij te betrekken die met ons meedachten over hoe het boek eruit moest zien. We interviewden tientallen Rockstars, en deden een uitgebreid onderzoek onder honderden medewerkers.

We besloten om een boek te maken waarin Ray de expert en geleerde zou zijn die van buitenaf beschouwend zou schrijven, en ik de man van de straat die van binnenuit de voorbeelden uit het bedrijf optekende. En in alle bescheidenheid: dat is best goed gelukt. Oké, het boek is twee keer zo dik geworden als we vooraf voor ogen hadden, maar ik ben ontzettend trots op het resultaat!

Dit boek zien we als het vertrekpunt voor de Rockstars Methode. Dat betekent dat het een start is voor het verder verspreiden van het gedachtegoed om je medewerkers op #1 te zetten. Ray en ik hebben er een heilig geloof in dat dat

heel veel bedrijven tot betere en succesvolle bedrijven zal maken, en vooral heel veel fijnere plekken om te werken.

Dat het boek geworden is wat voor je ligt is voor het grootste deel toe te schrijven aan Raymond. Hij had niet alleen al de ervaring van twee eerdere boeken, maar wist met zijn doorzettingsvermogen en discipline ervoor te zorgen dat het ook echt af is gekomen. Verder veel dank aan iedereen die heeft meegewerkt aan het boek. Alle Rockstars, marketingcollega's, Uitgeverij Haystack, Tijs, Bart, Bjorn, Simone en natuurlijk Mariken.

Laurens Simonse

# VOORWOORD

## RAYMOND



Ik heb het voorrecht gehad om Team Rockstars IT vanaf de eerste minuut te kunnen volgen. Laurens en ik zijn al zo'n twintig jaar vrienden. We praten regelmatig over ondernemersplannen en dilemma's, en ik luister altijd maar wat graag naar zijn perspectieven. En heel eerlijk: ik was bij de start van Team Rockstars IT wel wat sceptisch.

Het leek me een moeilijke markt, met een gevestigde dynamiek. Lastig om tussen te komen, dacht ik. En moet je niet iets van IT weten om in die markt succesvol te kunnen zijn? Maar ik vind Laurens een erg goede ondernemer, dus ik was voorzichtig optimistisch. En vooral nieuwsgierig.

In de jaren daarna is mijn nieuwsgierigheid met de organisatie meegegroeid. Want dat ze iets te pakken hadden, dat was me wel vrij snel duidelijk. Het intrigeerde me hoe goed het ze lukte om met een radicale people first strategy het bedrijf verder te ontwikkelen, en daarmee op het leven van zoveel mensen impact te maken. Waarbij de heldere vertrekpunten eerder een turbomotor dan een rem bleken.

Toen Mariken Kooi, mijn co-founder binnen Double-OO, en ik het bedrijf Team Rockstars IT als 'Champions Case' opnamen in onze Yellow Paper over het langer vasthouden van goede mensen, was het hek van de dam. Wat een energie kwam daarbij vrij! Honderdduizenden views op onze socials, heel veel aanvragen voor het versturen van dit Yellow Paper en talloze vragen van nieuwsgierige lezers. Want hoe flikken ze dat nou? Niet lang daarna besloten Laurens en ik dat we de Rockstars Methode tot op het bot gingen ontrafelen. Om echt te

onderzoeken waar het hem nou in zit. Om dat breed te kunnen delen, en zo toegankelijk te maken voor zoveel mogelijk organisaties. Het resultaat ligt voor je.

Ik heb enorm genoten van het traject, waarin ik mijn professionele nieuwsgierigheid ongegeneerd kon botvieren door de de organisatie echt te fileren. Als een fly on the wall. En ik vond het een voorrecht om het samen met Laurens te mogen doen. Die niet alleen een begenadigd schrijver bleek te zijn, maar ook echt bereid was om zoveel aspecten van de organisatie en van zichzelf te laten zien. The good, the bad and the ugly. Het zijn de vijftig verhalen en dilemma's van binnenuit die de Rockstars Methode tot leven kussen.

We zijn veel dank verschuldigd aan alle mensen die ons geholpen hebben om dit boek te maken tot wat het is. Laurens heeft ze al genoemd in zijn voorwoord, en ik kan dat alleen maar onderstrepen. Het team van Uitgeverij Haystack, die ons met succes door het proces navigeerden. Tijs, Simone en Mariken voor het kritisch tegenlezen van het manuscript en voor hun talloze goede aanvullingen, fact checks en treffende voorbeelden. Tijs en Simone van binnenuit, Mariken van buitenaf. En zeker ook veel dank voor Bart en Bjorn voor het meedenken met de opzet en het concept van de Rockstars Methode. Het marketingteam van Team Rockstars IT leverde een belangrijke bijdrage aan de beelden, de bonustrack over de events en de gehele Rockstars vibe. En tot slot zijn we veel dank verschuldigd aan de tientallen IT en HQ Rockstars die tijdens de zonder uitzondering inspirerende interviews hun inzichten en perspectieven wilden delen. Het was noodzakelijk om de Rockstars Methode te kunnen doorgronden.

Ik hoop van harte dat ons boek je inspireert om ook de mensen in jouw organisatie op #1 te zetten, en dat het je handvatten geeft om dat succesvol te doen.

Raymond de Looze



## **#1 – STORY: HET MOEST HELEMAAL ANDERS...**

Daar sta ik dan op station Amsterdam Centraal, in de regen, te wachten op tram 7 naar ons kantoor. De hele weg in de trein heb ik al zitten piekeren: was het echt zó erg? Was ik niet juist altijd heel erg goed voor onze medewerkers? Dat was in elk geval wat ik wilde. Eén ding is duidelijk, zo wordt dat in ieder geval niet ervaren. 'Spreadsheetsridder', 'Laurens is vooral bezig met de cijfers', en 'Het enige wat hem interesseert zijn de resultaten'.

Durf ik wel naar mijn kantoor als onze mensen blijkbaar zo naar me kijken? Dit is toch niet waarvoor ik het allemaal doe? Ik voelde de laatste tijd al wel een andere vibe, maar dat ze het zó ervaren is toch echt een regelrechte klap in mijn gezicht.

We hadden een gerenommeerd kantoor ingeschakeld om ons te helpen bij de ommekeer die nodig was. De leden van het managementteam moesten getraind worden, want die waren erg onervaren. Zoveel was wel duidelijk. De projectmanager van GITP wilde bij mij beginnen, met een 360-graden-feedbackanalyse. De bottleneck zit meestal aan de kop en meer van dat soort onzin. Maar ach, het goede voorbeeld geven, daar ben ik wel van. Meer dan 30 mensen werden anoniem bevraagd. Bizar dat het dan blijkbaar tot 20 kantjes aan bagger moet leiden.

De harde woorden uit de feedback gaan eindeloos rond in mijn hoofd. Ik zie tram 7 de laatste bocht maken naar mijn halte. Het is tijd. Ik stel me voor hoe ik ons kantoor binnenloop. De priemende blikken van mijn collega's in de rug. Van de mensen die ik nota bene zelf heb aangenomen. Nu de scherprechters over mijn persoon. Schuldig. Het voelt als een vuurpeloton. Iets met een hol en een leeuw.

'Ik ga terug.' Zo durf ik geen mensen onder ogen te komen.

Die dag nog besluit ik dat het echt anders moet. Heel erg anders.

01 >>

# INTRODUCTIE

In 2015 start Laurens Team Rockstars IT in een behoorlijk uitgekauwde markt: de IT-dienstverlening, waar de prijzen verdeeld lijken tussen een aantal grote spelers. Een markt die het jonge bedrijf behoorlijk op zijn kop zal zetten door de fundamenteel andere keuzes.

Team Rockstars IT behandelt zijn medewerkers letterlijk als rockstars. Dat zo'n vertrekpunt fijn is voor de IT Rockstars kun je je vast wel voorstellen. Maar wat levert dat dan op voor de organisatie? Samengevat: heel veel. Zo groeide de organisatie in zeven jaar van nul naar 500 IT'ers, is het personeelsverloop 12,1 procent, het ziekteverzuim 2,4 procent (2019-2022), de employee Net Promotor Score (eNPS) 79 procent, zijn de Rockstar-tevredenheidsscore en de klanttevredenheid 8,4 of hoger en steeg de omzet sinds oprichting met gemiddeld 54 procent per jaar. Het zijn rapportcijfers om mee thuis te komen. *'If it sounds too good to be true, it probably is'*, zouden de Britten zeggen. Maar dit zijn nu eenmaal de feiten. Het doel van deze opsomming is zeker niet om op te scheppen over hoe goed dit bedrijf wel niet is, maar om een beeld te geven van wat het een organisatie kan opleveren als je je mensen echt op #1 zet.

Het zal de oplettende lezer niet ontgaan dat het niet alleen mensgerelateerde winstpunten betreft, zoals een laag verloop, een hoge Rockstar-tevredenheid en een hoge eNPS. De organisatie heeft in haar nog jonge bestaan ook sterke resultaten laten zien op de klantgerelateerde en zakelijke indicatoren, zoals klanttevredenheid en omzetgroei.

## MAAR HOE DAN?

Het contrast kan bijna niet groter. Het ene moment durft Laurens Simonse zijn eigen kantoor niet binnen te lopen vanwege de enorme bak ellende die over hem heen gestort gaat worden, het volgende moment weet Team Rockstars IT



veel mensen aan zich te binden in de lastige IT-markt. Van een spreadsheetrijder naar een voorbeeld van een *people first*-organisatie.

Dat brengt ons bij de vraag: hoe dan? Wat gebeurde er in de tussentijd om van de ene kant van het spectrum naar de andere kant te komen? Wat is ervoor nodig om echt impact te maken op jouw mensen en met jouw organisatie? Het korte antwoord: door niet de klanten centraal te stellen, maar de medewerkers. Mensen op de eerste plaats. Tot in de puntjes. Mensfocus 2.0. Voorafgegaan door een bikkelharde zelfreflectie, overigens.

Het klinkt goed, een organisatie die haar mensen op de eerste plaats zet. Zeker in deze tijd. Dat vinden potentiële collega's fijn om te horen en het is een historisch moeilijke arbeidsmarkt, dus daar kun je weinig op tegen hebben. Maar hoe ziet dat er dan concreet uit, en wat levert het op? Het houdt bijvoorbeeld in dat je als organisatie de belangen van je mensen vóór laat gaan, ook als die op een bepaald moment niet helemaal in lijn liggen met je klantbelang. Het houdt in dat het management niet zijn eigen mening over hoe de wereld eruit zou moeten zien aan de organisatie opdringt, zelfs niet met de allerbeste bedoelingen. En het houdt in dat de organisatie bereid is om pas op de plaats te maken of zelfs een stap terug te doen als keuzes anders uitpakken dan de bedoeling was.

Wat het oplevert heb je hiervoor kunnen lezen. Het is een lijstje met resultaten om trots op te zijn. Maar daar gaat dit boek niet over. Want dat is allemaal natuurlijk heel leuk voor Team Rockstars IT, maar wat heb jij eraan? Als je in een andere situatie zit, of in een andere markt, of een organisatie bent met een bestaande structuur en een verleden, met wellicht meer conservatieve stakeholders of beslissers? Met veel senior werknemers die zich verzetten tegen verandering? Of als je een non-profitorganisatie bent? Hoe kun je hier dan je voordeel mee doen?

## **WAT JE KUNT VERWACHTEN**

Als je dit boek besteld hebt in de verwachting dat het een gedetailleerd recept geeft voor het oplossen van al jouw strategische personeelsproblemen, dan is dit een goed moment om je alvast flink teleur te stellen. Je gaat dat recept in dit boek niet vinden. Niet omdat we het niet willen delen, maar omdat het er

niet is. De Rockstars Methode is namelijk geen methode. Geen methode in de zin van een stappenplan met concrete beslissingen die je moet nemen over je organisatiestructuur of het beloningssysteem. Het is onze stellige overtuiging dat het essentiële weefsel dat nodig is voor een succesvolle en houdbare people strategy zich niet laat vangen in een stappenplan.

## **DE ROCKSTARS METHODE IS NAMELIJK GEEN METHODE**

Wat je in dit boek wel vindt, zijn voorbeelden van keuzes die Team Rockstars IT gemaakt heeft en de overwegingen die eraan voorafgingen. Verhalen van binnenuit over beslissende momenten in de ontwikkeling van de organisatie. Van dingen die misgegaan zijn of probeersels die anders uitpakt dan gehoopt. Maar ook succesverhalen, grappige anekdotes en soms ronduit kwetsbare beschrijvingen van de overwegingen bij dilemma's. Naast de verhalen van binnenuit vind je ook steeds een beschouwing van wat we zien in de organisatie, wat dat betekent of wat daarin opvalt en waar jij morgen in jouw eigen organisatie mee kunt beginnen. Als je daarvoor kiest.

Zie het als een documentaire over Team Rockstars IT. Als een organisatiebiografie met een beschouwende voice-over. Ons doel is niet om de organisatie op een podium te zetten, maar om te ontrafelen wat deze organisatie nou zo succesvol maakt. Wat daarin de onderliggende drijvers en bouwstenen zijn en wat jij daaraan hebt. Dat is ook precies de reden waarom we het samen geschreven hebben. Laurens kent als oprichter en eigenaar alle ins en outs, achtergronden, verhalen en dilemma's. En Raymond is people strategy-expert. Hij analyseert en onderzoekt met zijn bedrijf Double-OO al jarenlang vele organisaties en brengt een kritisch beschouwend perspectief van buiten.

## **FUNDAMENT, VERTREKPUNTEN, BOUWSTENEN**

We hebben veel gesprekken en brainstormsessies gehad over de Rockstars Methode. Aangevuld met een uitgebreide data-analyse op basis van de slimme algoritmes van Double-OO en tientallen interviews met mensen van binnen en

buiten de organisatie. Met als enig doel om te ontrafelen waar het 'm nou precies in zit. Want het is geen trucje. De uitdaging ligt in het zichtbaar maken van het dieperliggende weefsel. Want alleen dan is het ook toegankelijk en bruikbaar voor anderen. En dat is ons doel.

Zo hebben we de Rockstars Methode gecreëerd. Geen stappenplan, maar wel een fundament, drie vertrekpunten en twaalf bouwstenen zonder welke je geen Rockstars-organisatie kunt zijn.



De bouwstenen helpen je om jouw specifieke uitdagingen te lijf te gaan. Niet als enig juist antwoord, maar als legostenen die voor je op tafel liggen om eens lekker mee te spelen. Je kunt ze pakken, gebruiken en combineren zoals je wilt. Geen universeel stappenplan, wel concrete handvatten.

De bouwstenen zijn onderliggende waarden die niet afhankelijk zijn van de specifieke context van een organisatie. Je kunt elk van de bouwstenen afzonderlijk van de andere bekijken en gebruiken. Per drijver hebben we er drie uitgelicht, wat het totaal op twaalf bouwstenen brengt. Dit zijn niet 'de' twaalf bouwstenen voor de Rockstars Methode. We zouden meer bouwstenen kunnen bedenken. Maar we willen het ook overzichtelijk houden, en met 73 bouwstenen maken we niemand gelukkig. Dus hebben we er twaalf gekozen. Het is onze overtuiging dat elk van deze twaalf bouwstenen essentieel is voor het creëren van een Rockstars-organisatie.

Het kan niettemin zijn dat sommige van de bouwstenen voor jouw specifieke situatie belangrijker zijn of misschien meer uitdagend. Of juist wat minder relevant. Dat is aan jou om te bepalen. Vandaar de term bouwstenen: jij kunt ze oppakken en ermee doen wat je denkt dat jou helpt. We pretenderen hiermee niet de waarheid, jouw waarheid, in een twaalfstappenplan te vervatten. Wij kennen jouw context en jouw mensen niet.

## LOOP JE MEE?

Behalve het feit dat de Rockstars Methode geen methode is, is die ook zeker niet afgerond en zal dat nooit zijn. Dit boek is geen eindpunt, maar een begin. Het is onze ambitie om zo veel mogelijk organisaties te inspireren hun mensen op #1 te zetten. Om jullie mee te nemen op het pad van de methode, om het samen verder te ontwikkelen en vorm te geven. Om zo een platform te creëren van Rockstar-organisaties, die ons fundament en onze vertrekpunten delen. Met leiders, ondernemers en professionals die bereid zijn hun eigen inspirerende verhalen en voorbeelden te delen, zodat anderen daar ook weer van kunnen leren. Met de moed om ook dilemma's op tafel te leggen, hoe pijnlijk dat soms ook is. Vanuit de overtuiging dat het de enige manier is om samen verder te komen. Om een zo groot mogelijke positieve impact te hebben op het leven van zo veel mogelijk mensen. Daar doen we het uiteindelijk allemaal voor.

## **#2 - STORY: MEER DAN SPORT**

Een goede kameraad van me is manager van allerlei sporters. Hij loopt er niet mee te koop, maar grote (olympische) kampioenen als Tom Dumoulin, Marianne Vos en Gianne Romme behoorden tot zijn klanten.

Al jaren ging ik regelmatig met Orlando mee naar allerlei wedstrijden, en het viel mij op dat hij een andere dynamiek met zijn sporters had dan wij destijds met onze medewerkers. Orlando was bezig om samen met een sporter een carrière op te bouwen. Om te zorgen dat mensen tot grote hoogten kwamen. Soms letterlijk.

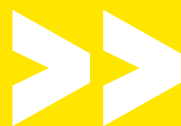
Wat me opviel aan de manier van werken is dat Orlando zoveel meer deed dan een sponsordeal afsluiten, of zorgen dat iemand volgend jaar een contract bij een nieuwe wielploeg had. Dat ging van het regelen van een diëtist als iemand een paar kilo wilde afvallen om beter over de bergen te komen, tot zorgen dat de hotels geboekt waren op een trainingstage.

Orlando's compagnon Rik is accountant en fiscalist en regelt alle financiële zaken, inclusief investeringen en belastingaangiftes. Een 360-gradenbenedering, zodat een sporter zich volledig kan focussen op de sport en zich niet hoeft te bekommeren om allerlei randzaken.

En als er iets belangrijks gebeurt in het leven van een van zijn sterren, zoals het verlies van een naaste, een geboorte, een huwelijk of scheiding, of gewoon een moeilijke tijd? Dan is Orlando er ook. Ondersteunend op alle mogelijke manieren. Want pas als dit soort pieken of dalen een plek hebben gekregen, kan iemand weer verder bouwen aan het leveren van topprestaties.



02



# HET FUNDAMENT

Hiervoor las je over de resultaten aan de mensenkant: hoge Rockstar-tevredeheid, laag verloop, laag verzuim, veel IT Rockstars die nieuwe collega's aanbrengen (referral, in jargon), hoge eNPS. Het leidt tot vragen van nieuwsgierige ondernemers en managers van andere organisaties. Veel gehoord: 'Kun je een keer uitleggen hoe jullie referral-programma eruitziet? Want wij zijn ook bezig om dat anders in te richten.' En: 'Hoe zorgen jullie dat mensen niet met bosjes tegelijk weer weglopen?' Maar ook: 'Hoe bereik je dat mensen daadwerkelijk naar de events komen?'

Het zijn stuk voor stuk belangrijke en begrijpelijke vragen, want dit is het soort dingen waar je als organisatie in deze tijd tegenaan loopt. Plat gezegd: hoe trek je talentvolle mensen aan, hoe houd je ze binnen, hoe zorg je voor doorlopende ontwikkeling en hoe voorkom je dat ze uitvallen? Het zijn vragen die we verschillende keren langs hebben laten komen tijdens de eerste inhoudelijke brainstormsessies over de methode. Daarbij kwamen we eigenlijk al vrij snel tot de glasheldere conclusie: hier gaat het allemaal niet om. Dit is niet waar je invloed op hebt. Dit zijn de uitkomsten, dat is wat er gebeurt als je over de onderliggende kernvragen andere beslissingen neemt. Niet de oorzaak, maar gevolgschade. Positief dan natuurlijk, maar je snapt wat we bedoelen.

## DE ECHTE STERREN

Team Rockstars IT is nooit opgezet vanuit de gedachte om met slimigheden naar een laag verloop toe te werken. Om toffe dingetjes aan te bieden aan hoogwaardige professionals, in ruil voor positieve LinkedIn-posts. Nee. Dat is allemaal wel gebeurd, maar dat was het gevolg, niet het fundament. Wat was het fundament dan wel? De Rockstars Methode gaat uit van de stellige overtuiging dat het in essentie draait om de mensen. Dat zij de sterren zijn, de Rockstars.



Zij hebben de kennis, het talent, de drive en de persoonlijkheid om wensen van organisaties langs magische weg om te zetten in software, programma's, apps en systemen. Zij zijn het waar organisaties voor in de rij staan, en die – om nog even in de analogie te blijven hangen – volle zalen trekken met uitzinnige fans. Denk eens aan de manager van een rockstar uit de muziekwereld, degene die de locaties, de voorwaarden en de promotie voor de tour van een aantal sterren regelt. Het zou heel raar zijn als die manager zichzelf vóór de rockstar zou stellen. Alsof het om hem of haar te doen is en niet om de rockstar. Het is altijd dit beeld geweest, deze overtuiging, die voor het kleine team waarmee Team Rockstars IT in 2015 begon, leidend was in alle beslissingen. Het bedrijf ontleent er letterlijk zijn naam aan.

### **#3 – STORY: DE NAAM TEAM ROCKSTARS IT**

We wilden een merk neerzetten dat exclusief was. We wisten dat we met de absolute toppers wilden werken. En het moest rebels zijn. Maar welke naam hang je daar nou aan? Verschillende namen passeerden de revue: 'Elite...' Daar waren we op zich wel enthousiast over, maar we wisten: dit is het *nét* niet.

Onze toenmalige stagiair Tijs kwam met het bedrijf TenX. Zij legden zich toe op IT-developers die tien keer zo goed waren als de gemiddelde developer en noemden hun developers Rockstars. 'Is dat niet ook iets voor ons?' zei Tijs. 'Waarom noemen wij ons hele bedrijf niet gewoon zo?' was mijn repliek. En zo was de naam geboren.

Vooraf was ik ervan overtuigd dat een naam niet beslissend is voor het succes van een bedrijf. Kijk maar naar de talloze succesvolle bedrijven die simpelweg de achternaam van hun oprichter hebben gekozen als bedrijfsnaam (Ferrari, Heineken, Disney, Citroën of Philips) of nog erger: een afkorting zijn (ASML, IKEA, LEGO).

Achteraf was deze naam wel degelijk bepalend voor ons bedrijf. Want hoewel we dat toen nog niet precies wisten, omvatte die naam precies alles waar we voor wilden staan. Exclusiviteit, een rebelse uitstraling, en het geeft meteen aan om wie het draait: de IT Rockstar. Het draait om hem of haar! Dit was goud waard, en eigenlijk dus bij toeval geboren.

Inmiddels loopt het bedrijf als een trein en zijn de resultaten goed. Dus dat is lekker makkelijk boodschappen doen, zou je denken. Maar in de beginjaren was dit alles niet zo evident. In die periode worstelde het team – net als zo ongeveer elke startende onderneming – om de filosofie stapje voor stapje vorm te geven, uit te dragen en daar (potentiële) IT Rockstars en klanten in mee te krijgen. Maar ook in die beginjaren hoorde je nooit: ‘Moeten we anders niet toch gewoon een keer..’ En dan op de puntjes iets wat niet in lijn is met de Rockstar-filosofie. De overtuiging dat dit het vertrekpunt moest zijn was rotsvast.

## LEVEN OF WERK?

De hiervoor genoemde overtuiging dat de medewerkers de sterren zijn, is fundamenteel. De IT Rockstar staat immers centraal. Die persoon, dat individu. En daarmee dus ook zijn of haar leven. Het gaat net als bij de sporters van Orlando niet alleen om het regelen van hun professionele of zakelijke aangelegenheden, het gaat erom een zo groot mogelijke positieve impact te hebben op hun leven. Want alleen dan kunnen ze floreren. Dat gaat verder dan werk.

Misschien klinkt dit zo op het eerste gezicht wat overdreven voor je en denk je: ‘Oké, allemaal leuk hoor, maar het is uiteindelijk natuurlijk gewoon een zakelijke transactie, een dienstverband. Dus het gaat om hun werk.’ Maar het management ziet zichzelf niet zozeer als werkgever, laat staan als ‘baas’ van de IT Rockstars. Vergelijk het nog eens met de rol van manager van een rockstar uit de muziekwereld. De manager wordt ingehuurd door de rockstar en niet andersom. En zou je als manager van een muzikale ster er niet alles aan doen om jouw kroonjuweel op alle vlakken in het leven te ondersteunen en te faciliteren, of dat nou is op het gebied van gezondheid of lifestyle, ontwikkeling of alles wat de rockstar verder kan helpen om zich top te voelen? Dat doet Team Rockstars IT dus ook.

## EEN BEETJE LIEFDE

Hoe dat eruitziet? Bijvoorbeeld door enkele jaren terug een eigen PA-service pakket in het leven te roepen om IT Rockstars op verschillende aspecten van hun privéleven zo goed mogelijk te ondersteunen. Zo zagen ze bijvoorbeeld dat een aantal IT Rockstars de grote wens hadden hun leven met een partner te delen. Echter, niet iedereen heeft zin in Tinderavonturen, zeker niet als je meer

# BEHANDEL JE MENSEN ALS ROCKSTARS EN LAAT JE VERRASSEN DOOR HET RESULTAAT

Behandel je mensen als rockstars en laat je verrassen door het resultaat. Elke onderneming kan de Rockstars Methode toepassen en zo een magneet worden voor talent en sterke resultaten boeken, net als Team Rockstars IT. Als je tenminste bereid bent werknemerstevredenheid centraal te stellen, tot in de haarvaten van de organisatie.

In dit boek ontrafelt Raymond de Looze samen met oprichter Laurens Simonse de fundamentele bouwstenen van de Rockstars Methode. De auteurs laten met concrete voorbeelden niet alleen zien wat werkt, maar ook welke uitdagingen je tegenkomt als je je mensen radicaal op #1 zet. Hoe kom je erachter wat mensen echt willen? Hoe zorg je ervoor dat ze alle kernwaarden delen? En hoe kun je een datingservice en handbeschilderde leren jacks vertalen naar jouw organisatie?



LAURENS SIMONSE IS OPRICHTER EN EIGENAAR VAN TEAM ROCKSTARS IT. RAYMOND DE LOOZE IS PEOPLE STRATEGY EXPERT EN FOUNDER VAN DOUBLE-00, DAT ORGANISATIES HELPT MEER IMPACT OP HUN MENSEN TE MAKEN. SAMEN BIEDEN ZIJ EEN UNIEKE INKIJK IN HET SUCCES EN DE DILEMMA'S VAN TEAM ROCKSTARS IT, EN NEMEN ZE JE MEE OP HET PAD NAAR ANDERS WERKEN.



9 789461 265562