

RESET!

De 9 stappen om in beweging te komen

Erik Jan Koedijk

Eindredactie: Rinus Vermeulen Tekst & Advies, Haarlem
Vormgeving en zetwerk: SBGO Grafisch ontwerp, Amsterdam
Mail: welkom@futurouitgevers.nl
Mailadres auteur: reset@koedijk.com
Website auteur: www.koedijk.com
Website COW-canvas: www.cowcanvas.com
Twitter auteur: @erikjan

ISBN 9789492221582

NUR 801

Copyright © 2017 Futuro Uitgevers BV, Amsterdam

Alle rechten voorbehouden. Alle intellectuele eigendomsrechten, zoals auteurs- en databankrechten, ten aanzien van deze uitgave worden uitdrukkelijk voorbehouden. Deze rechten berusten bij Futuro Uitgevers BV en de auteur.

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen, mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Hoewel aan de totstandkoming van deze uitgave de uiterste zorg is besteed, kan voor de afwezigheid van eventuele (druk)fouten en onvolledigheden niet worden ingestaan en aanvaarden de auteur(s), redacteur(en) en uitgever deswege geen aansprakelijkheid voor de gevolgen van eventueel voorkomende fouten en onvolledigheden.

www.futurouitgevers.nl www.twitter.com/futurouitgevers www.facebook.com/futurouitgevers

Inhoud

Voorwoord	7
Inleiding	9
Deel I: Collaboration	17
Hoofdstuk 1. Hostmanship	19
1.1 Welkom heten	21
1.2 Ingesprek	24
1.3 Aan het werk	25
1.4 Tot ziens	28
1.5 Contact houden	30
1.6 Tot slot	31
‘Je bepaalt zelf de kleur van je dag.’ Interview met Guendaline Stinkens	33
Hoofdstuk 2. ICT	40
2.1 ICT als ondersteuning	41
2.2 Draagvlak en samenwerkingsplan	43
2.3 Samenwerkingstools	44
2.4 Beveiliging	47
2.5 Tot slot	50
‘Ik maak mensen bewust van de risico’s voor hun bedrijf en voor hen persoonlijk.’ Interview met Kevin Mitnick	51

Hoofdstuk 3. Samenwerken	59
3.1 Co-initiating: bouw aan een gemeenschappelijk doel	60
3.2 Co-sensing: luister met een open mind	61
3.3 Presencing: kijk samen naar de toekomst	64
3.4 Co-creating: samen werken aan een oplossing	66
3.5 Co-evolving: borgen en samen doorontwikkelen	66
3.6 Tot slot	67
‘Veiligheid wordt niet op mijn kamer gemaakt; dat gebeurt buiten.’	69
Interview met Paul van Musscher	
Deel II: Organisation	77
Hoofdstuk 4. Een veilige basis	79
4.1 Stel primaire reacties uit en schakel je denken in	80
4.2 Stel je open	82
4.3 Creëer een veilige basis	83
4.4 Spreek elkaar aan en wees nieuwsgierig naar elkaar	86
4.5. Tot slot	88
‘Maak jezelf aanspeelbaar.’	89
Interview met Jeen de Spa	
Hoofdstuk 5. De wendbare organisatie	96
5.1 Waarnemen	97
5.2 Richting geven	100
5.3 Organiseren en experimenteren	102
5.4 Het einde van de manager?	105
5.5 Tot slot	107
‘Work hard, play hard, rest hard.’	108
Interview met Arko van Brakel	
Hoofdstuk 6. Het klantenhuis	115
6.1 Organisatiestructuur	116
6.2 Marketing en sales	118
6.3 Het klantenhuisplan	121
6.4 Communicatie	124

6.5 Invloed op de medewerkers	127
6.6 Jouw klantenhuis	128
6.7. Tot slot	129
‘Zet de klant letterlijk centraal door de organisatie om hem heen te bouwen.’	131
Interview met Ment Kuiper	
Deel III: Wellbeing	139
Hoofdstuk 7. Vitaliteit	141
7.1 Fysieke vitaliteit	142
7.2 Mentale vitaliteit	145
7.3 Geluk op de werkvloer	150
7.4 Tot slot	156
‘Fit is het nieuwe rijk.’	157
Interview met Martin Hersman	
Hoofdstuk 8. Talentontwikkeling	164
8.1 Wees je bewust van je talent	165
8.2 Blijf een leven lang leren	166
8.3 Zet je talent in	170
8.4. Tot slot	172
‘Haal het beste uit jezelf en neem met minder geen genoegen.’	173
Interview met Henkjan Smits	
Hoofdstuk 9. Reconnect met jezelf	180
9.1 Luisteren vanuit gewoontes: stop met downloaden	182
9.2 Luisteren met een open mind: zie de verschillen	184
9.3 Luisteren met een open heart: leef je in een ander in	185
9.4 Luisteren met een open will: maak een diepere connectie met je bron	186
9.5 Tot slot	187
‘Innovatie op het persoonlijk vlak biedt concurrentievoordeel.’	189
Interview met Rob Top	

Tot slot	195
Dankwoord	197
Bronnen	199

Voorwoord

Wellbeing in business, zou dat niet de nieuwe mores moeten zijn? Medewerkers blij en tevreden houden, dat is eigenlijk waar je dagelijks mee bezig bent. Veerkrachtige mensen helpen de organisatie immers wendbaar te maken én te houden. Dit boek geeft handvatten hoe dit te doen, voor jou persoonlijk, voor jouw medewerkers en jouw klanten.

‘Disruptie’ lijkt het nieuwe modewoord. Leidinggevendenden maken zich druk over de vraag hoe zij hun businessmodellen kunnen vernieuwen. Iedereen is op zoek naar de echt grote businessklappers, maar hoe die er precies uitzien is nog onduidelijk. De inbreng van je medewerkers is dan juist essentieel. Zij weten precies waarom jouw klanten jouw producten kopen.

Herken je ook dat jouw medewerkers, met de beste bedoelingen, langs elkaar heen werken? Wil jij ook medewerkers die samenwerken, en die op zoek zijn naar *unique buying reasons* van klanten (UBR's) in plaats van het detecteren van *unique selling points* (USP's) door van buiten naar binnen te denken? Herken je dat de systemen in jouw organisatie wellicht jou wel, maar jouw klanten níet helpen?

Ik zie veel organisaties waarbij de top echt wil veranderen. De leemlaag tussen de top en medewerkers hangt echter vaak stevig in het bekende stramien. Stroperigheid voor de doorontwikkeling binnen de organisatie ligt dan op de loer. Hackers pakken hun kans en je kunt niets anders doen dan achter de feiten aan lopen. Dit boek helpt je tijd te nemen voor jouw eigen reset. Het kan je helpen om nieuwe ideeën en inspiratie op te doen om de volgende stap in de ontwikkeling van jouw organisatie te realiseren.

Managementboeken zijn er in alle soorten en maten. Sommige zijn goed en nuttig, andere zijn interessant en weer andere niet door te komen zo saai. Dit

boek van Erik Jan valt in een buitencategorie. Het is leuk, boeiend en fijn leesbaar. Erik Jan is een ervaringsdeskundige, een boeiende man die het wonderwel gelukt is om zijn ervaringen te koppelen aan goede adviezen. Hij durft zich in dit boek kwetsbaar op te stellen en geeft aan hoe hij zijn leerweg naar een betere communicatie heeft gemaakt. Hij levert eyeopeners waarin je jezelf kunt herkennen en geeft concrete tips waar je je voordeel mee kunt doen.

De tijd van aanmodderen is voorbij! Werkelijk verbinding maken en samen verder komen, daar helpt dit boek jou en jouw organisatie mee. En dat is waar het om gaat.

Ik wens je veel leesplezier en succes!

Esther Raats-Coster

Commissaris, investeerder en zakenvrouw van het jaar 2006

Inleiding

De wereld om je heen verandert in een rap tempo. Waarom weten sommige leiders en organisaties in die turbulentie wel welke koers zij willen varen en andere niet? Waarom kunnen zij juist wel moeiteloos meebewegen met veranderingen?

Ik ben van jongs af aan al gek van de combinatie techniek en communicatie en ben daarom in mijn werk bijna altijd als vanzelf met verandering omgegaan. Mede hierdoor laat ik me niet van de wijs brengen door een term als ‘disruptie’ en de standaardvoorbeelden van Airbnb en Uber. Is verandering eigenlijk niet van alle tijd? Ik voel me tegenwoordig juist als een vis in het water. Wat een kansen zie ik voor medewerkers, leiders, managers, teams en organisaties!

In dit boek hoop ik je te inspireren met concrete voorbeelden en inzichten die ik zelf in de afgelopen jaren heb opgedaan. Voor mij voelt het als een rijkdom aan ervaringen en observaties die ik graag met je deel. Ik zal hieronder eerst iets meer over mijzelf vertellen, als kader voor de persoonlijke voorbeelden in de hoofdstukken die verderop volgen. Daarna vertel ik in het kort iets over de opbouw van dit boek, het COW-canvas en de negen stappen om in beweging te komen.

Persoonlijk contact

Toen ik 12 jaar jong was (in 1984) woonde ik in Kudelstaart, een dorp vlakbij Amsterdam, en had ik mijn eerste baantje. Waar velen een krantenwijk hadden, had ik een bloemenwijk. De bloemen kocht ik in bij mijn vader. Hij was internationaal verkoper bij een bedrijf gevestigd in de bloemenveiling in Aalsmeer. In plaats van er op goed geluk mee langs de deuren te gaan, nam ik volgens een bepaalde methode telefonisch contact op met mensen. Op die wijze kon ik bijna altijd op maat inkopen, hield ik zelden bloemen over en was mijn communicatie hyperpersoonlijk.

Internet

Naast mijn bloemenwijk ging ik in de vakanties werken bij de supermoderne onderneming Zurel, de grootste bloemen- en plantenexporteur wereldwijd. Zurel maakte bijvoorbeeld in 1986 al gebruik van de nieuwste technieken voor draadloze scanning. In 1992 bood Zurel mij een vaste baan aan. Ik werd operator in het rekencentrum. Ik leerde met behulp van een programmeertaal van alles uit de computer te toveren waarmee ik de techniek écht faciliterend kon maken, zodat de inkopers en verkopers de klanten zo snel en persoonlijk mogelijk konden helpen. Zurel zat ook vroeg op het internet. Het resultaat was onder andere dat het al in 1994 een eigen online bestelshop voor klanten had. Let wel, dit was de tijd dat er nog geen enkele pc op de werkplek stond!

1994 was ook het jaar dat ik actief aanwezig was in de digitale stad (DDS) en WinCim. DDS was een soort internetprovider zonder winsttoegmerk, die streefde naar een laagdrempelig internet met toegang voor iedereen. WinCim was een digitale omgeving waar ik contact had met vele mensen wereldwijd via e-mail, chat en forums. Internet bracht de wereld bij elkaar! Het bracht versnelling! In die tijd moest je echter nog inbellen met een modem om te internetten en voor de meeste mensen en kleinere bedrijven was het te duur en technisch ingewikkeld om op internet te komen.

Een jaar later, in 1995, kocht ik mijn eerste mobiele telefoon: een Nokia 1610. Omdat ik geobsedeerd was (en nog steeds ben!) door de mogelijkheden van internet en de verandering die het bracht, werd ik door velen 'Mister Internet' genoemd. Ik voelde me als een kind in een snoepwinkel, omdat ik klanten kon helpen. Ik gaf daar ook zo nu en dan presentaties over. Ik zag enorm veel nieuwe, concrete mogelijkheden. En dat is altijd zo gebleven!

SurfControl en Nokia

De laatste twee bedrijven waar ik als werknemer in dienst was, waren SurfControl en Nokia. Bij beide bedrijven kreeg ik de kans om vanuit de klant te denken en te acteren. Moest ik er iets voor wijzigen buiten de gebaande paden, dan mocht en deed ik dat. Ik kon mijn ondernemerschap kwijt! Met mijn teams bereikte ik daardoor mooie resultaten. Het meest trots ben ik op het feit dat we er bij SurfControl in zijn geslaagd om veel basisscholen in Nederland een pornovrij internet te kunnen geven en dat we medewerkers bij bedrijven juist stimuleerden tot het gebruik van het internet in plaats van het te verbieden.

Als ik terugkijk op mijn tijd bij Nokia denk ik met veel warmte aan het stimuleren tot samenwerken van medewerkers met alle partners, door met een gemeenschappelijk doel aandacht te hebben voor de klant. In 2003 lanceerden we in EMEA (Europe, Middle East and Africa) al een loyaliteitsapp en in 2005 diverse succesvolle innovatieve campagnes, waar Second Life en social media een rol in speelden.

De stap naar ondernemerschap

In 2007 besloot ik voor minimaal tien jaar zelfstandig ondernemer te worden, tot de kinderen klaar zouden zijn met de basisschool. Het reizen brak me op en ik wilde meer tijd vrij maken voor mijn vrouw en drie kleine kinderen. Mijn eerste klanten waren Ziggo en Vodafone. Ziggo was destijds aan het fuseren en ik heb toen gewerkt voor de directeur Business-to-Business om Ziggo Zakelijk op de rit te krijgen.

Ook de gesprekken die ik met de directie van KLM had over Twitter in die begintijd waren heel interessant en leerzaam. Twitter om met de klant te communiceren? KLM besloot in 2009 een Twitter-account aan te maken. Alles ging met vallen en opstaan, maar ze deden het. Ik herinner me nog dat ik eind 2009 door KLM werd gebeld toen Twitter het niet meer deed tijdens een sneeuwstorm, omdat ze het toen maximaal toegestane aantal berichten van duizend per dag hadden overschreden. Dat wisten ze niet van tevoren. Het was geweldig dat ik hierover mee mocht denken en mooi om te zien hoe ze alles uiteindelijk hebben vormgegeven in hun contact met de klant.

Persoonlijke ontwikkeling, een leven lang leren

Ik houd mijn vakkennis altijd bij, ik ben graag op de hoogte van de nieuwste gadgets en onderzoek de laatste hypes op het gebied van communicatie en internet. Persoonlijke ontwikkeling is echter een aspect dat door veel hr-managers en zelfstandig ondernemers nogal eens wordt overgeslagen of vergeten. Sinds ik zelfstandig ondernemer ben, heb ik mezelf tot doel gesteld om elk jaar iets aan mijn persoonlijke ontwikkeling te doen.

In 2015 heb ik besloten een opleiding te volgen, de LEAP (Leadership Entrepreneurship Advanced Program). Wat kwam ik mezelf tegen in de veertien maanden dat dit traject duurde! Iets wat me in mijn carrière bijvoorbeeld af en toe flink in de weg zat, was de vorm van mijn reactie op sommige momenten. Ik kon uit het niets best fel reageren. Dit werkte uiteraard contraproductief. Ik kwam er veelal mee weg, omdat ik mijn reactie wel kon verdedigen op de inhoud, echter prettig was dit echt niet. Eén van mijn leerdoelen was dan

ook om te begrijpen waar dit gedrag vandaan kwam en hoe ik er anders mee om zou kunnen gaan. Mede dankzij de opleiding ben ik écht gaan begrijpen waar mijn gedrag vandaan komt en ben ik in positieve zin veranderd, als ik mijn omgeving mag geloven.

Theorie U

Tijdens mijn laatste opleiding heb ik zelf inhoudelijk kennism gemaakt met Theorie U van Otto Scharmer. Samen met de andere deelnemers ben ik gedurende de opleiding zelf ‘door de U gegaan’. We hebben geleerd om naar elkaar te luisteren. Luisteren op een manier die anders binnenkomt dan ik gewend was te doen. Voor mij is de kern dat ik nog meer snelheid kan gaan maken door te vertragen, zeer onderscheidend in deze wereld waar alles vlugger lijkt te moeten gaan. En ik herkende waar mijn persoonlijke blinde vlek zat, waardoor ik nu mensen makkelijker meekrijg. In de hoofdstukken van dit boek komt het thema luisteren uitgebreid terug en rijk ik je voorbeelden aan hoe je dit zelf kunt oefenen. Ook licht ik mijn visie op de stappen binnen het U-proces uitgebreid toe op verschillende plaatsen.

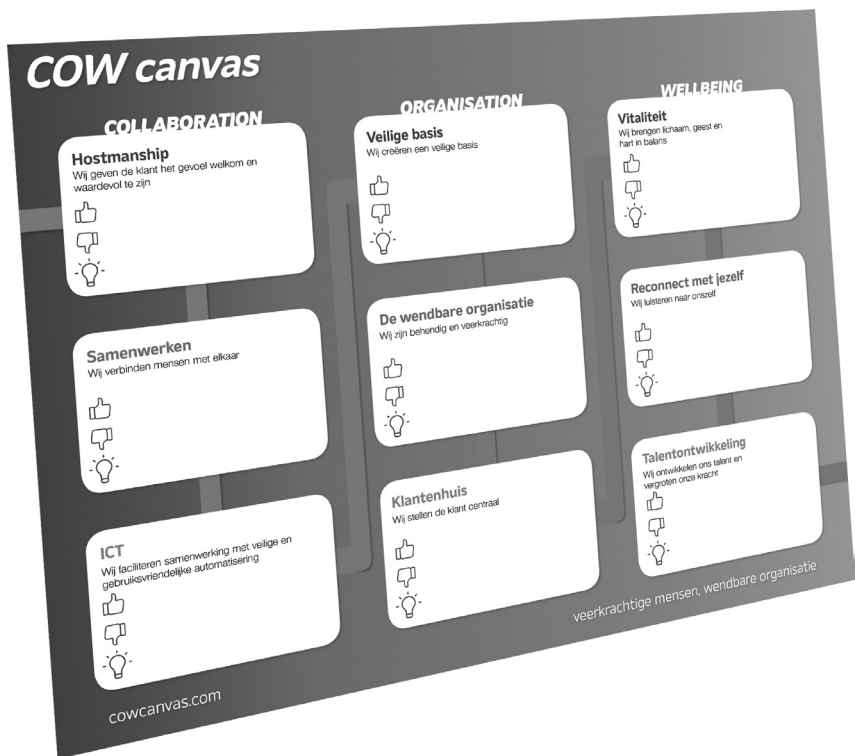
Vision quest

Ik ben naar India gegaan, waar ik terecht kwam in een totaal ontregelde omgeving. Een paar maanden na terugkomst heb ik in Portugal een *vision quest* gedaan met een sjamaan. Wat dat inhoudt, lees je verderop in dit boek. Wat ik van deze reizen geleerd heb, is dat je uiteindelijk maar op één persoon terug kunt vallen: jezelf. Alleen jij kunt het verschil maken. Daardoor kwam ik direct in beweging en heb ik besloten dit boek eindelijk te schrijven, want met dat idee liep ik al jaren rond.

COW-canvas

Tijd voor een reset! In dit boek geef ik je negen stappen om nu in beweging te komen. Deze negen stappen komen overeen met negen hoofdstukken, die zijn geclusterd in drie delen: Collaboration, Organisation en Well-being. De combinatie van deze invalshoeken vormt het COW-canvas. Net als de onderdelen van het Business Model Canvas je kunnen helpen om je businessmodel te ontwerpen, kun je aan de hand van het COW-canvas in kaart brengen hoe veerkrachtig en behendig jij, je team en je organisatie zijn en welke stappen je kunt maken om door te groeien en succesvol te blijven. Het COW-canvas is gratis te downloaden van www.cowcanvas.com.

Als bedrijfsadviseur kom ik veel bij bedrijven waar de technologie leidend is, in plaats van de mens. En dat terwijl onderzoek in 2014 al aantoonde dat productiviteit binnen topsectoren gemiddeld voor 77% te danken is aan sociale innovaties en voor 23% aan technische innovaties. Slimmer werken en samenwerken worden door de onderzoekers als belangrijkste redenen genoemd voor dit positieve resultaat. Het gaat er naar mijn mening dus om hoe mensen met elkaar samenwerken en communiceren. En op vrijwel elk gebied van het COW-canvas kun je verbeteringen aanbrengen door beter te communiceren.



Elk hoofdstuk begint met een sprekend voorbeeld, waarna ik het onderwerp van het betreffende hoofdstuk introduceer en aangeef welke stap je op dit gebied kunt maken. Deze stap herken je door het icoon . Vervolgens beschrijf ik hoe je op dit gebied in beweging kunt komen, waarbij je telkens cases en voorbeelden in kaders tegenkomt en tips worden uitgelicht. Voor elke tip geldt dat je deze morgen al in de praktijk kunt brengen, zonder voorbereiding of investering. Deze tips herken je door het icoon .

Zo biedt het COW-canvas jou – of je nu de directeur van een multinational bent of de bedrijfsleider van een retailer; medewerker van een accountantskantoor of een zelfstandig ondernemer – negen concrete stappen om in beweging te komen. Op basis van persoonlijke ervaringen uit mijn loopbaan deel ik mijn visie op verschillende theorieën, vertel ik wat voor mij eye-openers waren en geef ik een podium aan mensen, ideeën en inzichten die mij inspireren. Ik hanteer daarbij weinig vaktermen voor marketingtools en methodieken voor projectmatig werken (zoals Agile en Scrum), zodat iedereen de stappen kan toepassen op zijn eigen situatie.

In de afgelopen jaren heb ik het geluk gehad om verschillende experts te mogen ontmoeten, onder meer op het gebied van hospitality, sport, talentontwikkeling, hacken, samenwerken en Secure Base Leadership. Ze hebben allen meegeholpen bij het ontstaan van dit boek. Aan het eind van elk hoofdstuk geef ik in een interview het woord aan één van die experts. Zij hebben ook allen meegelezen met het manuscript en mij van nuttige feedback voorzien, zodat het een leesbaar geheel is geworden dat voor elke lezer toe te passen is op zijn of haar context.

Reset!

Als een computer of telefoon het niet goed doet, zet je hem uit en weer opnieuw aan. Zo helpt dit boek organisaties, teams en mensen om de knop om te zetten. De afgelopen twintig jaar van mijn carrière viel me namelijk één aspect telkens op: de manier waarop we met elkaar samenwerken en communiceren is voor verbetering vatbaar. Het is tijd voor een reset, zodat we opnieuw verbinding met elkaar kunnen maken.

Ik heb *Reset!* voor jou geschreven. Om je te inspireren. Om je te activeren. De negen hoofdstukken zorgen samen voor een gegarandeerde wake-upcall. Sommige voorbeelden of theorieën zijn misschien niet heel recent, maar het gaat erom dat ze relevant voor je zijn. Geldt het voorbeeld nog steeds voor jou of in jouw organisatie? Kom in beweging! (En wil je er meer over lezen? Kijk dan achterin bij de bronnen.) Je kunt elk hoofdstuk zien als een snoepwinkel, waaruit jij kunt meepikken wat jij het lekkerst vindt. Kies de negen stappen die bij jou passen en reset!

Download na de inspiratie ook het COW-canvas via cowcanvas.com. Ook tref je daar meer informatie en uitleg aan. Dat alles biedt je houvast om het gesprek met elkaar aan te gaan; want laten we blijven leren en delen met elkaar!

Trouwens, ten behoeve van de helderheid en leesbaarheid gebruik ik hierna overal in dit boek de mannelijke aanpreekvormen 'hij' en 'hem'. Je zou hier echter ook 'zij' of 'haar' voor in de plaats kunnen zetten.

Ik hoop je te inspireren om in beweging te komen en wens je veel plezier tijdens jouw reset!

Erik Jan Koedijk

Feedback? Stuur een berichtje: 06-11000800

E-mail: reset@koedijk.com

Websites: koedijk.com en cowcanvas.com