

De All Blacks willen het voorbeeld zijn voor de mensen in Nieuw Zeeland. Toen ze eenmaal wisten hoe ze van betekenis wilden zijn, waren ze dat nog (lang) niet. Sterker nog, veel van de spelers waren bepaald geen voorbeeld voor hun landgenoten (drank en wilde feesten waren de standaard). Wel voelde het hele team dat het belangrijk was om te veranderen. Dat het tijd was voor een nieuwe koers.

# Duizend dagen om je belofte waar te maken

TEKST JELLE BARTELS

Om op koers te komen heb je een doel nodig. Een doel dat aansprekend is. Heen en weer varen is even leuk. Maar varen naar het eiland van je dromen maakt de vaart nog veel leuker. De All Blacks spraken uit om wereldkampioen rugby te worden (*against all odds*).

In het vorige artikel heb ik uitgebreid stilgestaan bij wat je wilt betekenen. Welke belofte jij wilt zijn voor je klanten. In dit stuk beschrijf ik de volgende stap. Hoe bepaal je je doel en de thema's die daarbij horen? Wat is jouw positie en die van je bedrijf als jouw droom werkelijkheid is geworden? Als je je doelen hebt bereikt? Het neerzetten en concreet maken van een doel helpt met het maken van keuzes. De positie van jouw bedrijf over duizend dagen bepaalt hoe je de aanwezige middelen in die tijd gaat inzetten. Het geeft focus. Je gaat van 'in' je bedrijf 'aan' je bedrijf werken.

## MAAK JE DROOM BEKEND

Om de kans te vergroten om jouw doelen werkelijk te behalen moet je deze natuurlijk niet voor je houden. Veel ondernemers die ik spreek hebben wel een ideaal. Meestal hoor ik dan: 'Ja, dat zit in mijn hoofd'. Het zijn ook vaak deze ondernemers die het vreemd vinden dat hun collega's niet doen wat er van ze verwacht wordt. Hoe kunnen jouw collega's dat doen als ze niet constant weten welk

doel je met je organisatie nastreeft? Maak dus zo snel mogelijk jouw droom bekend! Laat medewerkers er ook actief over mee praten. Zie kritiek niet als een persoonlijke aanval, maar als verscherping van je middelen om je doel ook echt te behalen. Deel dus alles met de mensen om je heen.

In de praktijk zien we vaak dat de ondernemer en/of het bestuur de visie van de organisatie echt goed kent. Hoe verder we medewerkers in een organisatie spreken, hoe minder sterk deze visie wordt gedragen, gedeeld en geleefd. De accountmanager, adviseur en verkoop zijn vaak nog wel in staat om een groot deel over te brengen. Toch zijn het vaak de collega's binnen die het meest met klanten in aanraking komen. Vaak juist tijdens periodes dat er stront aan de knikker is (schade, fouten). Juist tijdens die contactmomenten is het essentieel dat de droom en betekenis van de organisatie wordt uitgedragen.

De All Blacks verliezen ook wel eens een wedstrijd (statistisch gezien één op de drie). Juist (ook) op dat moment komen de dragers van het gedachtegoed bij elkaar. Dan mag iedereen (coaches, trainers én spelers) volledig vrij zijn zijn hart luchten.

**'Als je met  
jouw bedrijf  
aansprekend  
wilt zijn voor je  
klanten, leer  
dan van de All  
Blacks'**



Delen met elkaar wat er in hun persoonlijke mening fout is gegaan. Niet om iemand te veroordelen, maar om te leren van elkaar en daarvoor beter te worden. Mede door deze overtuiging (betere spelers, maken betere all blacks) zijn zij het beste team ter wereld geworden.

### IDENTITEIT ALS RUGGENGRAAT

Veel ondernemers hebben het gevoel dat ze alles al (meerdere) keren hebben verteld. Ze gaan ervan uit dat alle collega's het wel weten. Het is echter net zoals het spelletje van vroeger. Je zit in een kring en begint met het fluisteren van een zin aan degene die naast je zit. Zodra iedereen in de kring de zin heeft doorverteld blijkt vaak dat er geen enkel onderdeel van de oorspronkelijke zin over is. Alleen als je het veel herhaalt blijft een groot deel hetzelfde.

Dus natuurlijk, je hebt het al verteld, maar als het gaat om de identiteit van je onderneming, dan is het toch nooit genoeg? Dan is die ene keer per kwartaal of half jaar, of die ene heisessie van twee dagen toch eigenlijk heel beperkt? De identiteit is de ruggengraat van je organisatie. Dat is waar de klant zich in herkent. Hij kan echt voor je kiezen in plaats van voor je concurrent. Je kunt dit niet genoeg vertellen en laten zien.

Tips om je positie in duizend dagen concreet te maken:

1. stel een aansprekend doel. Moeilijk, maar haalbaar (de All Blacks hadden zich tot doel gesteld wereldkampioen te worden toen dit statistisch gezien onmogelijk werd geacht);
2. bepaal vier of vijf subdoelen die dan zijn gerealiseerd. Wat is er echt gebeurd als alles is gelukt (denk aan personeel, klanten, financieel, processen, bekendheid);
3. bepaal de waarden die binnen jullie kantoor de samenhang brengen. Waarin jullie elkaar in vinden en op kunnen aanspreken;
4. bekijk wat je al hebt dat kan helpen om het bereiken van je doel te versnellen. Kijk vooral naar wat je kan helpen, waar je op terug kan vallen als je het even niet meer weet;
5. elk pad dat je kiest komt met uitdagingen. Wat zijn de uitdagingen in jullie duizend dagen? Wat ga je tegenkomen, wanneer kom je dat tegen en wat zou je kunnen doen om die uitdagingen het hoofd te bieden?

Als je met jouw bedrijf aansprekend wilt zijn voor je klanten, leer dan van de All Blacks. Zij bouwden tegen alle verwachtingen in niet alleen een goed team – of het beste team binnen rugby – maar zij hebben nu het beste team ter wereld over alle sporten heen gezien.

Bedenk wat jij wilt bereiken met jouw bedrijf. Waar wil je over duizend dagen staan? Deel het met je collega's en iedereen die je daarmee wilt helpen. Maak de positie en subdoelen concreet en ga ervoor. Ondernemen is geen deeltijdbaan, daar ben je elk uur van de dag mee bezig. Dan kan je maar beter bezig zijn met het te maken zoals je dat het allerliefst hebt.

Ik ben benieuwd naar de positie die jij hebt over duizend dagen. Laat je het me weten? ■

### Bouwstenen in tien afleveringen

Vast onderdeel van het VVP-katern Ken je vak! is de rubriek 'Advieskantoor 2017: bouwstenen voor succes'. Deze rubriek, verzorgd door Next Step Factory, reikt advieskantoren in tien stappen de ingrediënten aan voor een toekomstbestendig bedrijfsmodel. Aan bod komen onder meer: betekenis van je kantoor, doelen, rollen, klantkennis, onderhoud. Reacties zijn welkom op: [jelle@nextstepfactory.nl](mailto:jelle@nextstepfactory.nl)