

INTERNATIONALE PUBLICATIES OVER SALES

Elk mens beschikt over een individuele drijfverenset. Deze drijfveren bepalen hoe mensen hun werk doen, met wie ze wel en niet willen samenwerken, de soort leiderschapstijl die ze ontwikkelen en de manier waarop ze communiceren met anderen. Het maakt duidelijk waar mensen energie van krijgen in hun werk en wat energie kost, of ze gemakkelijk meegaan in veranderingen of zich daartegen verzetten en hoe besluitvaardig ze zich kunnen opstellen.



'De waardenmatrix' gaat over de manier waarop waarden ons leven en onze organisaties beheersen. Waarden bepalen ons denken en onze emoties. Van nature zitten mensen allemaal gevangen in de waardenmatrix: ons brein stuurt ons denken, ons gedrag en onze emoties aan via waarden. Dat verloopt volgens de vaste patronen van de waardenmatrix. De patronen beheersen niet alleen ons individuele denken en voelen, maar ook de processen in organisaties. Wie de waardenmatrix begrijpt, begrijpt mensen en organisaties veel beter. 'De waardenmatrix' breekt met veel conventies in het denken over onszelf en biedt een nieuwe kijk op de werking van organisaties. Dit boek is het resultaat van grootschalige drijfveermetingen, intens denkwerk, literatuurstudie en van talloze sessies met groepen en individuen. De auteurs hebben hun ideeën op meer dan 100.000 mensen getest uit de meest uiteenlopende categorieën, van kappers en buschauffeurs tot captains of industry en bewindslieden. Zij adviseren aan de top van de samenleving en laten u met dit boek delen in hun kennis.

'Drijfveren in de praktijk' is vooral gericht op teams. Welke kleuren hebben teams eigenlijk? En als een team groen-geel is, wat kun je dan met die constatering? Is dat goed of slecht? De truc van het kleurendenken is namelijk dat het je vooral zelfinzicht biedt en dat je als individu (of als team) kunt spelen met een palet aan kleuren. Als je weet dat je zelf rood bent, maar je team groen is, moet je toch ook een beetje groen leren denken. En als het kabinet in een kredietcrisis zit, is het toch handig als een aantal mensen wat geel van

origine zijn. Mensen die vooruit kijken en visie ontwikkelen. En als je constateert dat je weinig geel hebt uitgestraald, moet je vooral naar dat ontbrekende stuk op zoek. Uiteindelijk kan iedereen dat, al zal de een het beter kunnen dan de ander. De kunst is dus uiteindelijk om niet eenkleurig te blijven maar als een kameleon je aan te passen aan de situatie.

Een ideaalvorm is er niet, zo blijkt. Een regenboogcoalitie is niet per definitie perfect. Het uitgangspunt is een situatie of een vraagstuk. Die specifieke kwestie vraagt om een bepaalde kleuraanpak. Dus bij economische voorspoed moet je ander kleurengedrag vertonen dan bij economische rampspoed. En het is aan het team om die specifieke hoed dan ook op te zetten. Het is daarbij dus niet noodzakelijk om bij iedere crisis een ander managementteam te formeren. Nee, pas jezelf aan. De onvermijdelijke valkuil: hoe hoger de druk, hoe meer je terugvalt op je basisdrive, op je primaire drijfveer. Dan heb je weer een omgeving nodig die je wijst op je kleurengedrag. Obama is typisch een geel iemand. Een visionair. Hij moet dus oppassen dat hij niet te veel alleen maar vooruit denkt, maar ook het hier en nu in de gaten houdt. En doet hij dat zelf niet, dan moet een oranje teamcollega dat maar doen.

Met het inzicht in de eigen wijze van denken en handelen krijgt men een beter inzicht in zijn eigen gedrag en hoe men overkomt op anderen. Hierdoor is men in staat bewust te sturen op het onbewuste van de ander om de actie in de gewenste richting te krijgen. Alleen met kennis van jezelf kun je mensen in de omgeving beïnvloeden! (Socrates)

DE WAARDENMATRIX

Auteurs: Hans Versnel, Hans Koppenol
Pearson Education Uitgeverij / 1e druk / 2004
ISBN-13: 9789043010016



DRIJFVEREN IN DE PRAKTIJK

Auteurs: Cor Keijser, Stephan van der Vat
Pearson Education Uitgeverij / 1e druk / 2008
ISBN-13: 9789043014564



Auteur: Richard Austie
Socrates Sales & Management Trainingen
www.socrates-trainingen.nl