

ARNO FOLKERTS

KEYNOTES | ADVIES

SAMENVATTING

VIDEO'S

SCHEMA

WEBSITE



DE VERANDERING

Structuur en cultuur

Verandering bestaat uit twee componenten, structuur en cultuur.

Het aanpassen van de structuur binnen een organisatie is noodzakelijk, om ze mee te bewegen met alle ontwikkelingen, zoals digitalisering, robotisering en artificial intelligence.

Bij verandering ligt de focus vaak op de structuur en minder op de cultuur. Logisch, want de structuur is tastbaar en eenvoudig aan te passen. Het aanpassen van de cultuur is behoorlijk complex, want hoe pas je denk- en gedragspatronen van mensen aan?

Uiteraard is het belangrijk een visie en strategie te hebben, maar het implementeren daarvan in de organisatie vergt de nodige

neurowetenschappelijke inzichten.

Wat tijdloos is, is dat medewerkers een nieuwe structuur van werken eigen moeten maken. Ons brein moet daarvoor oefenen. Dit is een traject dat vaak wordt onderschat. Sterker nog, het wordt zelfs zo onderschat dat de nieuwe structuur van werken de cultuur binnen de organisatie aan gaat tasten. Soms bruut, maar vaak ook vilein en ondergronds. Zo kan er heel snel een sfeer van onbegrip, onvrede of zelfs slachtofferschap ontstaan, wat een slechte basis voor de juiste cultuur is.

Belangrijk is om daarvoor wat kennis van ons brein en de werking ervan te hebben zodat we anders naar zaken kunnen kijken...



DE WAARHEID VAN HET BREIN

Mensen denken vanuit een vaste structuur en patronen. Op deze wijze bespaart ons brein energie. We trekken continu conclusies op basis van eerdere ervaringen en kennis en als we het op basis van deze zaken niet begrijpen, gaan we er zelf maar een logica bij verzinnen. Daarom is het goed om in een verandertraject continu stil te staan bij de te hanteren communicatie. Een goed bedoelde zin kan namelijk volledig verkeerd geïnterpreteerd worden en zorgen voor onnodige frictie. Daarom is het dus zaak eenduidig en begrijpelijk te communiceren op die manier dat iedereen het binnen de organisatie begrijpt.

Een veelgemaakte fout is, dat een visie, een nieuwe strategie of nieuw beleid te abstract worden verteld. De afgelopen jaren hoorde ik zinnen als: "We moeten excelleren", "We moeten de samenwerking versterken", "Helder communiceren is ons doel!" "Het draait om integriteit!" Het is goed bedoeld, maar iedereen interpreteert deze containerbegrippen weer anders. En zonder concrete voorbeelden komt ons brein niet in beweging. Gebruik dus concrete voorbeelden en maak gedrag concreet. Anders gebeurt hetzelfde als met goede voornemens. Op 1 januari roep je: "Ik ga meer sporten". Die uitspraak doet niets in ons brein. Wat wel werkt is: Iedere maandag en woensdag ga ik om 19:30 uur 5 kilometer hardlopen. Door gedrag concreet te maken en in te plannen, is de slagingskans veel groter.



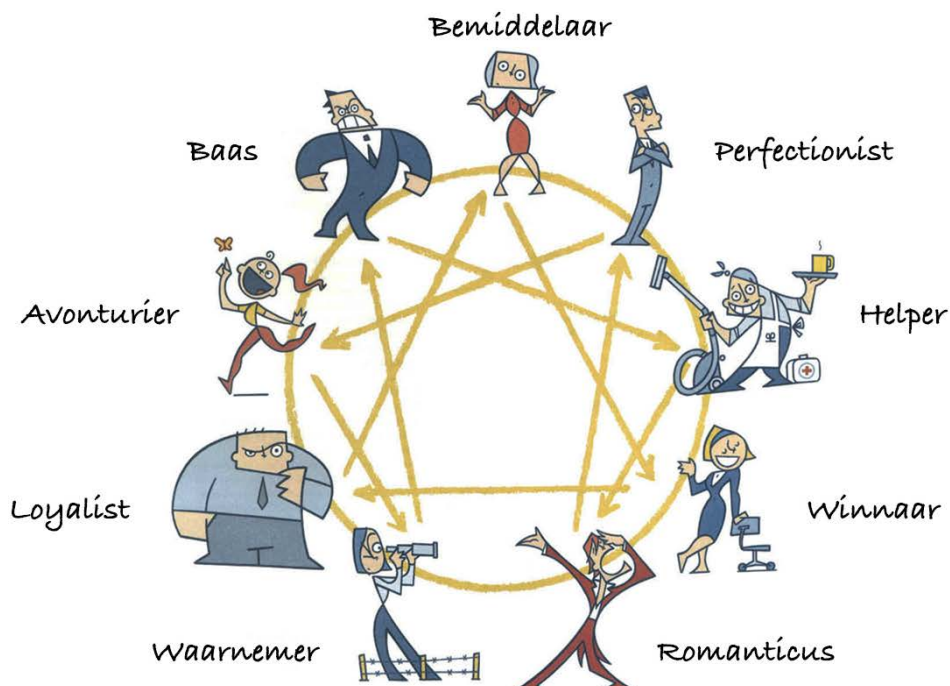
WE ZIJN ALLEMAAL VERSCHILLEND

Een eenduidige communicatie is moeilijker dan het lijkt en draait om details. Dat heeft weer te maken dat we allemaal de dingen die we horen verschillend interpreteren. We hebben allemaal verschillende karakters, verschillende achtergronden en een andere conditionering. Het Enneagram toont de negen verschillende karaktersvormen die wij allen in ons hebben.

Van die negen vormen zijn er een of twee het sterkst vertegenwoordigd en zichtbaar voor onze omgeving. We reageren volgens het Enneagram totaal verschillend op alles.

Als je alleen de zin "wat zie je er mooi uit vandaag" uitspreekt tegen iemand, kun je al heel veel verschillende reacties ontvangen. Zo zal "De Avonturier" je hartelijk bedanken en je vertellen in wat voor prachtige winkel dat is gekocht, terwijl "De Waarnemer" zich juist afvraagt waarom je dit zegt en de perfectionist antwoordt met: "Hoezo? Zag ik er gisteren niet goed uit dan?"

Zo zal er in een bedrijf vanwege deze reden op de simpele zin: "We gaan veranderen" ook op uiteenlopende manieren gereageerd worden.

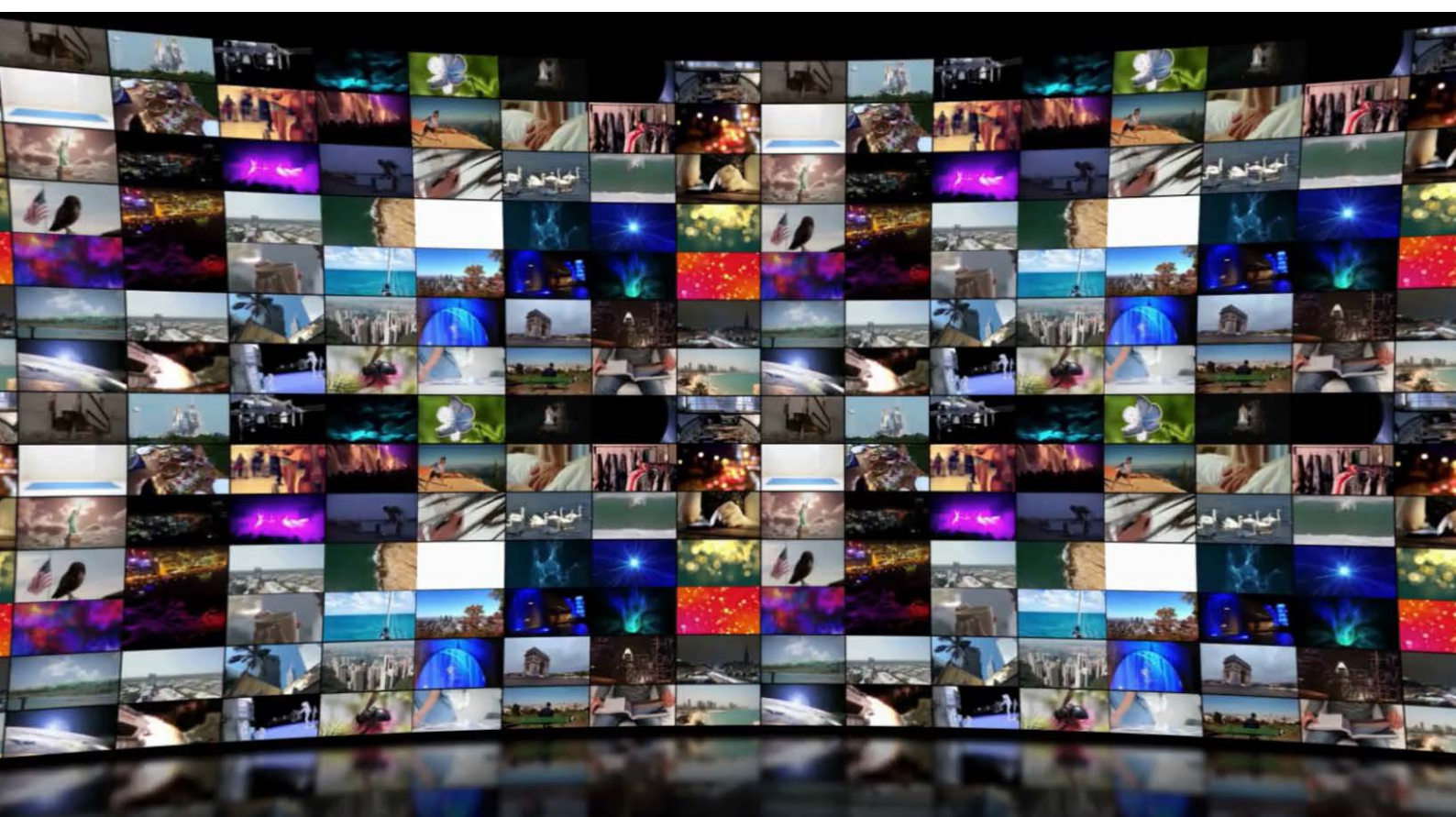


WE ZOEKEN NAAR DE FOUT

Iedere dag kijken er veel mensen naar het nieuws, waarin we constant zien wat er niet goed gaat in de wereld. Als er een vliegtuig neerstort is dat groot nieuws. In de tienduizenden vliegtuigen die elke dag probleemloos opstijgen en landen, is niemand geïnteresseerd. Als je het nieuws hebt gezien, weet je dus eigenlijk precies wat er in de wereld grotendeels niet gebeurt.

Op school zijn we al opgevoed om te kijken naar wat er niet goed gaat. Er werd niet vermeld hoeveel sommen je goed had, maar er werd altijd ingezoomd op het aantal fouten dat je had gemaakt. Het is veel beter om dit om te draaien.

Dit geldt ook voor verandertrajecten. Veranderingen brengen namelijk altijd fouten met zich mee. Als we daarop inzoomen wordt in ons brein direct bevestigd dat het niet werkt. Dan krijg je de gebruikelijke reactie als: "Dat werkt hier niet zo" of: "Zie je wel, het werkt niet". Om dit te voorkomen kun je veel beter datgene benoemen dat goed gaat. Vaak is dat nog veel meer ook. Zo wordt de vooruitgang zichtbaar en ontstaat er een meer positieve mindset.



DE KRACHT VAN HERHALING

Patronen en werkwijzen zitten verankert in het onbewuste brein. Dit brein is vele malen groter, sneller en sterker.

Ons gevoel, geschiedenis, vertrouwen, en karakter zitten opgeslagen in het onbewuste brein en vormt een onmetelijke bibliotheek. Wat er eenmaal inzit kan er niet meer uit. Het brein kan niet ontleren. Het enige dat wel kan, is dat er nieuwe verbindingen worden aangemaakt.

Veranderen is daarom een kwestie van herhalen. Zo kan het brein nieuwe verbindingen aanmaken en daarmee de oude patronen overschrijven.

Onze gewoonten en routines zitten in het onbewuste brein en zijn veel sneller en hardnekkiger dan de nieuw te leren structuur. De enige manier om oude werkwijzen te overschrijven is door te oefenen. De kracht van herhaling bij een nieuwe structuur is onlosmakelijk verbonden met een verandering en daarom is tijd een belangrijk middel bij iedere verandering.



STRESS BLOKKEERT

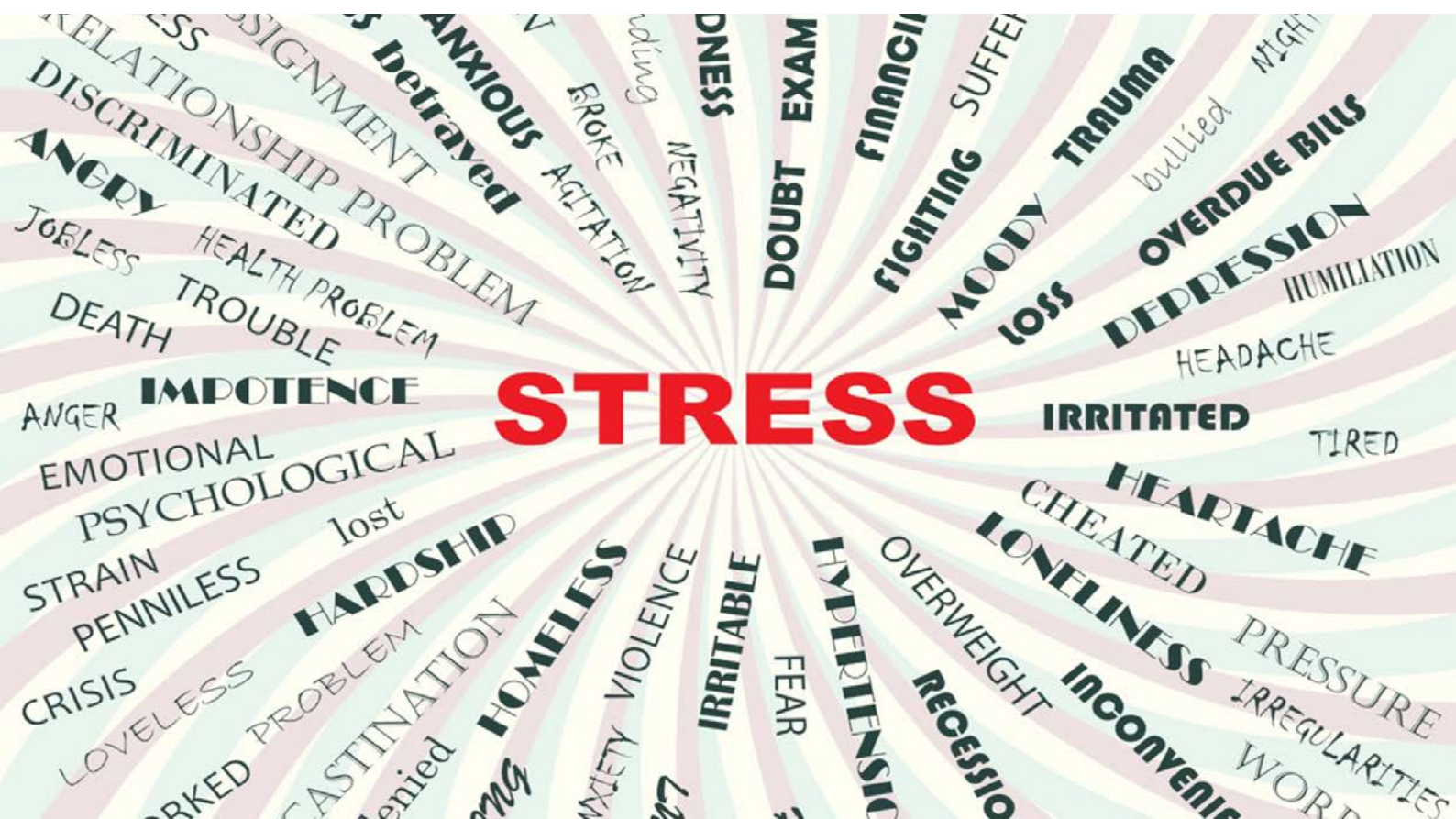
Om te kunnen veranderen en iets nieuws te leren, is het wijs om de juiste omstandigheden te creëren.

Veranderen lukt bij veel mensen niet en dit komt door een te hoge werkdruk en door stress. Het is dus zaak om je hoofd goed leeg te maken. Dit kan door goed in te zoomen op de huidige werkwijze en krachtig te snijden. Werkgevers dienen werknemers te helpen om het prioriteitenbord zoveel mogelijk leeg te maken.

Vergelijk het met hardlopen. Als we rennen zien we niet alle details om ons heen. Alles flitst voorbij.

Pas als we even rustig gaan lopen, of zelfs even op een bankje gaan zitten zijn we pas in staat om de details van de omgeving te ontdekken. Wanneer we vrij zijn van stress, ontstaat er weer overzicht.

Pas als we dat hebben en ontspannen zijn, ontstaat er in ons brein ruimte voor creativiteit.



LEIDERSCHAP IS EEN GEVOLG

Veel organisaties zijn op zoek naar leiders. Daarom zijn er ook zoveel trainingen en lezingen over hoe je een leider kunt worden. Dit is best vreemd. Want leiderschap is niet een doel, maar juist een gevolg. Het is een gevolg van het juiste betrouwbare gedrag opgeteld bij de kennis en kunde.

In de oertijd volgden we die leiders die betrouwbaar waren, die ervaring hadden en die zoveel empathisch vermogen hadden dat ze daardoor in staat waren te begrijpen wat hun volgers nodig hadden. Je ging dus een leider volgen omdat je er zelf beter van werd.

Je bent dus geen leider omdat dat op je visitekaartje staat. Je bent leider omdat mensen jou willen volgen. Een leider is betrouwbaar, ondersteunend en vertoont voorbeeldgedrag. Een leider geeft duidelijk richting en geeft jou de veiligheid om die koers zelf in te vullen. Deze veiligheid zorgt voor eigenaarschap en innovatie, omdat mensen nu zelf hun ideeën en acties bepalen.

Om een juiste cultuur te verkrijgen hoeft leiderschap niet hiërarchisch bepaald te zijn. Iedereen kan immers met het juiste gedrag de cultuur positief beïnvloeden. Voor organisaties is het dus van belang zoveel mogelijk leiderschap aan te moedigen.



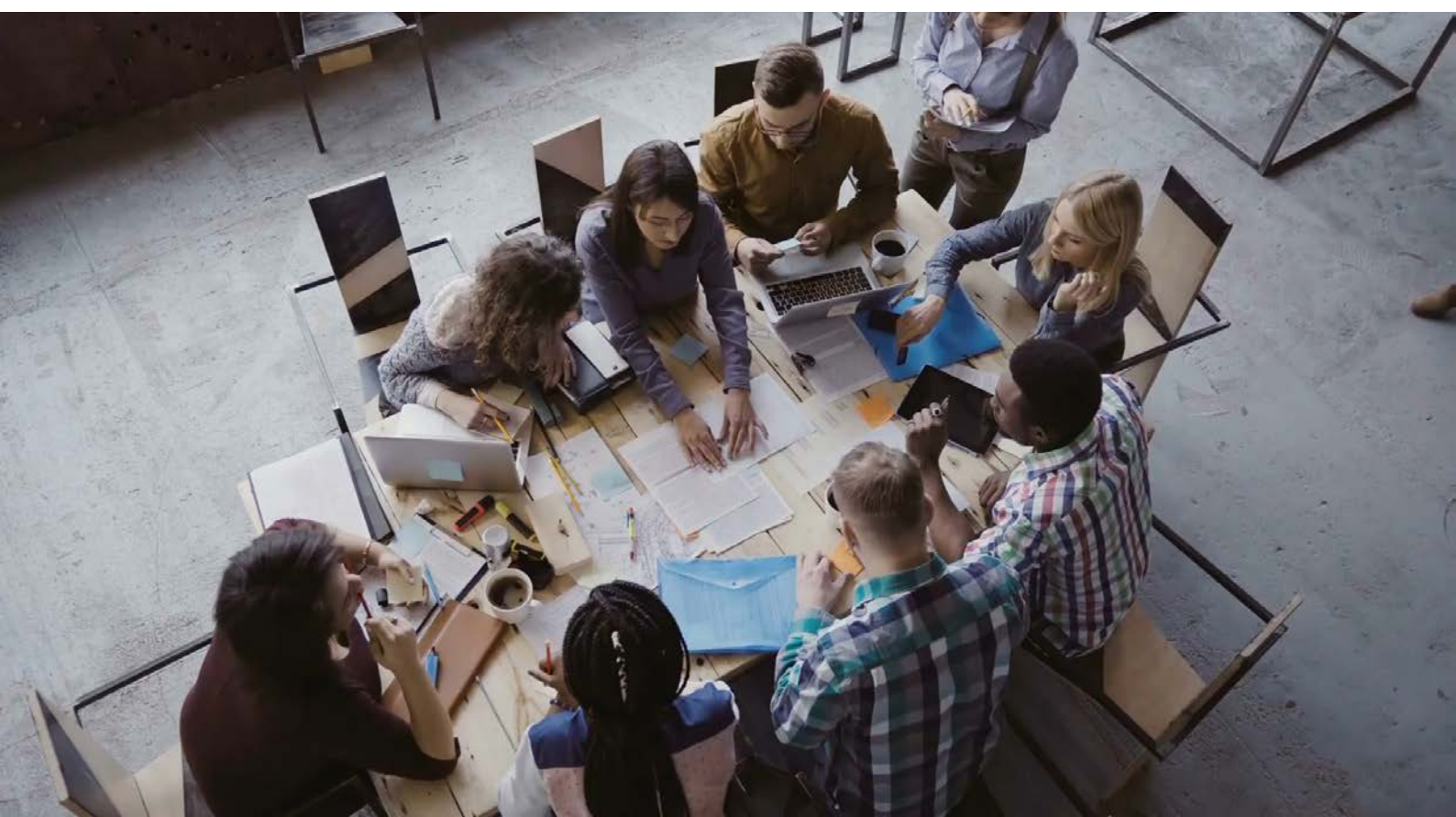
OXYTOCINE ALS DAGELIJKSE KOST

De verbinding en het vertrouwen dat we met elkaar voelen is van fundamenteel belang. Om dit te bevorderen is het belangrijk dat mensen elkaar ontmoeten. Pas wanneer we elkaar de hand schudden, elkaar in de ogen kijken en met elkaar praten en lachen, ontstaat oxytocine wat zorgt voor het gevoel van vertrouwen. Dit lukt niet met een Twitterbericht, een e-mail of Whatsapp.

Zeker wanneer er in een bedrijf een CC of BCC cultuur ontstaat, verdwijnt geleidelijk aan de verbinding. Juist bij die bedrijven waar de leiders van de organisatie zichtbaar zijn en zichtbare leiding geven, worden de resultaten

snel beter. Dit zorgt onder andere voor meer vertrouwen onderling. Wil je een hogere klanttevredenheid? Ontmoet elkaar en drink een kop koffie, het doet wonderen.

E-mail is leuk om informatie te delen, maar het is geen communicatiemiddel. Zodra er enige emotie in het spel is, zoek elkaar direct op. Dit voorkomt veel geroddel, gepieker en veel verkeerde aannames. Onderzoek wijst ook uit dat bij goed presenterende bedrijven, de medewerkers meer oxytocine in hun bloed hebben.



MAAK MAAR FOUTEN

Iedere verandering of samenwerkingsvorm kent zijn fouten. Dat hoort er nu eenmaal bij. Die organisaties die dit begrijpen en waar we deze fouten accepteren komen verder. Is er in een organisatie sprake van een angstcultuur, dan kun je innovatie en verandering wel vergeten. Het brein kiest dan voor 'veilig'. Vaak is dat gewoon doen wat je altijd al deed en vooral niet opvallen.

Fouten maken is voor ons brein heel belangrijk, we leren er namelijk sneller door. Dit komt doordat ons brein een grote fout opslaat als een grote emotionele ervaring en er lering uit trekt. En juist die ervaring was weer een van de belangrijkste kenmerken van leiderschap. Als we de fout accepteren en daarnaast ons direct weer focussen op datgene wat wel goed gaat wordt er direct vooruitgang geboekt.



OVER ARNO FOLKERTS

Arno Folkerts is een sterk voorbeeld van een moderne coachende directeur. Hij is een man van de praktijk die met kennis, gevoel, humor, kwetsbaarheid en wilskracht op zowel strategisch als operationeel niveau verandering eenvoudig en concreet maakt. Hij staat bekend om zijn warme doch duidelijke aanpak, waardoor hij in staat is op alle lagen te communiceren.

Na onder andere een internationale carrière werd Arno Folkerts algemeen directeur bij een vooraanstaande Automotive dealerholding. Hij leidde het bedrijf in een sterk veranderende tijd van een "old school" automobielbedrijf naar een toonaangevende moderne autogroep. En het had zo anders kunnen lopen. Immers, vanuit een te sterke groei belandde het bedrijf in 2016 in een enorme crisis. Doelen werden niet meer behaald, een dramatische klanttevredenheid, een grootscheepse fraude en een groot negatief resultaat. Met zijn moderne, duidelijke aanpak leidde hij het bedrijf terug naar de absolute top van het land in de Automotive branche. In 2019 werd hij daarmee onder andere verkozen tot 'Audi Dealer van het Jaar'.

In dat zelfde jaar gooide hij het roer om en zette zijn carrière voort als trainer en adviseur en voornamelijk spreker in verandermanagement, leiderschap en samenwerking. Met zijn brede expertise begeleidt hij nu vele bedrijven in uiteenlopende branches met het in gang zetten van verandering. Door dit te belichten vanuit het menselijk brein, geeft hij veel inzichten voor de juiste cultuurverbetering.

Als spreker gaat Arno op zijn humorvolle, karakteristiek inspirerende energieke manier in op thema's als verandering, beïnvloeding, werkgeluk, wendbaarheid, samenwerking en de (on)mogelijkheden en kansen van het menselijk brein. Hiermee opent hij de ogen van het publiek voor een betere samenwerking, cultuurverbetering en innovatie. Hij laat tevens zien dat leiderschap een gevolg is van (authentiek) gedrag en hoe eenvoudig eigenaarschap ontstaat. Omdat verandering nu eenmaal krachtiger ingezet wordt uit passie, zitten zijn presentaties vol humor, nadenkertjes, zelfspot en muzikale verrassingen. Hij gebruikt veel visuele middelen als voorbeeld en maakt gemakkelijk contact met het publiek.



KORTE VIDEO'S

(KLIK VOOR LINK)



Keynote: De Verandering

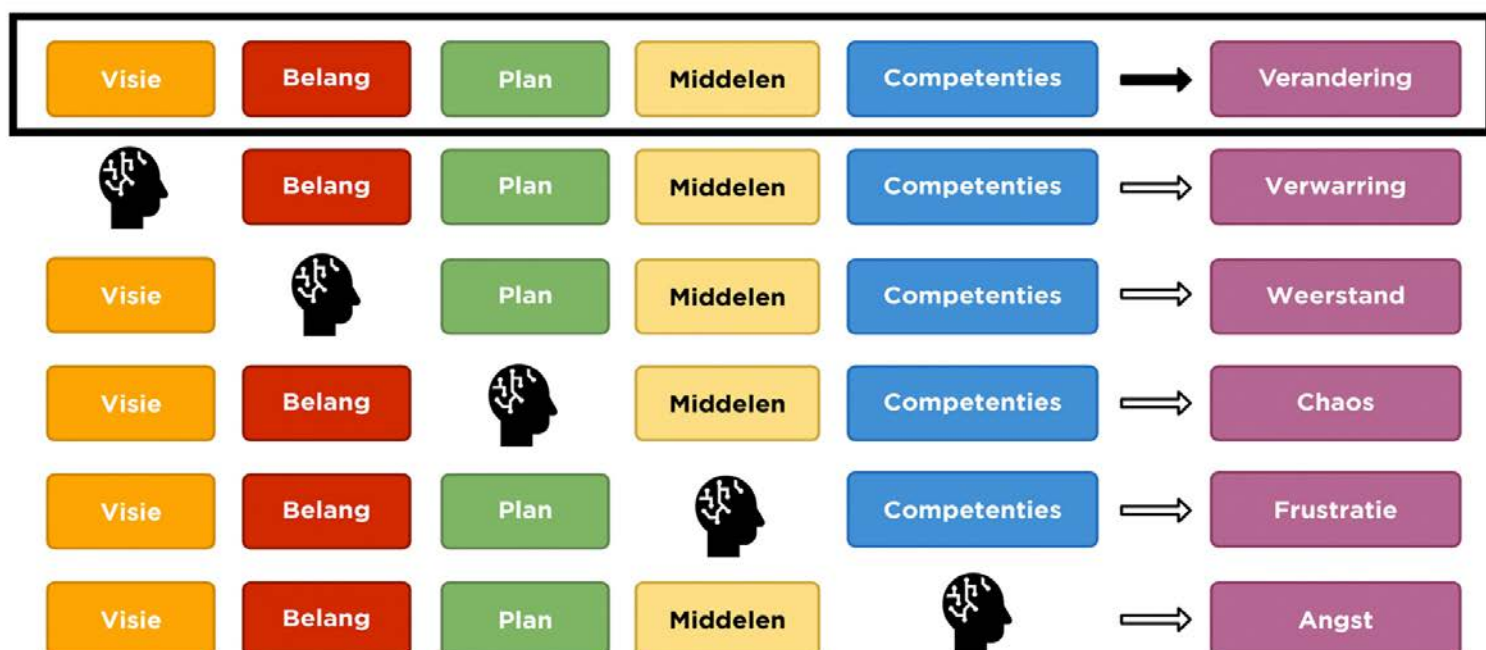


Keynote: Leiders van NU



Webinar vanuit
Studio Folkerts & Smit

SCHEMA VERANDERING



TRAINING EN ADVIES

DE 7 BREINWETTEN

Steeds vaker krijgen we na onze keynote de vraag: "Is er een vervolg of kunnen we een training doen?" Inmiddels is er een training als verdieping op de keynotes!
Het proces bestaat uit drie stappen:

- ✓ Een keynote van Paul Smit, Arno Folkerts of Ayca Szapora
- ✓ Een adviesgesprek met de directie door Arno Folkerts
- ✓ De training 'De 7 breinwetten', door Paul Smit of Ayca Szapora

Bij de 7 breinwetten kijken we naar leiderschap, verandering en communicatie. Hoe komt het dat juist 70% van het verandermanagement niet succesvol is? Wat maakt dat er zoveel ruis zit in communicatie? Hoe kunnen we het gewenste en breed gedragen leiderschap verkrijgen in een organisatie? Hoe kunnen we beter samenwerken en verbinden? Hoe ontstaat meer werkgeluk?

Bij de 7 breinwetten laten neurowetenschapper Ayca Szapora en Paul Smit zien hoe jij de regie kunt nemen. Je krijgt inzicht in de werking van ons onbewuste brein en concrete tools die jij direct in kunt zetten. De basis voor een cultuur die organisaties juist sterker maakt!



De training duurt max. 3 uur en kan in company gegeven worden. Mogelijkheid tot een groepsgrootte van 40 personen. De opdrachtgever betaalt 1 vaste prijs (dus niet per deelnemer).

MEER INFORMATIE

KLIK HIER!





CONTACT

Folkerts & Smit (vl.nr. Paul Smit, Ayca Szapora & Arno Folkerts)

Walmolenerf 34 – 36

2807DG Gouda

folkertsensmit.nl

info@folkertsensmit.nl

06 – 13 43 69 47

