



In elke omgeving spelen andere factoren een rol mee als je het hebt over 'het voorbeeld' geven. In de bouwmaterialen doet het het goed als je even mee aanpakt als er een lading in de schappen moet worden gestapeld. Als theaterdirecteur laat je regelmatig je gezicht zien bij voorstellingen. Als eigenaar van een golfbaan word je wel geacht zelf te golfen.

Leadership: The Movie

En elke keer weer zul je je visie uitdragen, in steeds wisselende bewoordingen onder wisselende omstandigheden. Voorbeelden gevend, een beeld scheppend van wat je wilt bereiken dat **draagvlak** krijgt. Mensen in staat stelt het tot **hun eigen beeld** te maken, waarin ze zelf de **hoofdrol** vervullen als belangrijk onderdeel van de te realiseren visie.

Daarbij uiteraard ook luisteren en checken hoe het overkomt, wat het teweeg brengt, welke bezwaren er zijn, welke drempels er worden opgetrokken en wat de effecten zijn van de inspanningen om de visie voor het voetlicht te brengen. Zodat je op basis daarvan de essenties van de visie kunt bijstellen, het op te roepen beeld kunt aanpassen. Is het niet duidelijk, hoe kun je dan de visie simplificeren zonder de kern ervan aan te tasten.

Een visie slaat zelden gelijk aan. Hoe vaker je met de mensen, die betrokken zijn bij de uitvoering, kunt praten, des te sneller gaat het. Zeker als je visie aansluit op hun 'gezond verstand'. De grootte van je 'publiek' doet er dus toe. Minder mensen, overzichtelijker, sneller te bereiken. Net zo goed als de 'toepasbaarheid' van de visie. Als de timing goed is zal het ook sneller gaan.



*Elk iederee
een hoofdrol in de
bedrijfsfilm!*

Visie boven alles

Visie bewijst zich steeds weer. Ook al verdwijnen dikke businessplannen in de mist, de visie blijft je kompas. Businessplannen heb ik nog nooit zien 'leven' bij de medewerkers. Een visie wel.





*Het is tijd voor **ECHT** leiderschap*

Duidelijk zijn

Ook al om die reden is het van het allergrootste belang **DUIDELIJK** te zijn. De leider anno 2008 moet vooral duidelijk zijn om snel zijn doel te bereiken. Duidelijk staat ook voor 'pakkend'. De potentiële volger wil het kunnen plaatsen in het eigen begrippenkader, de eigen emoties.

Duidelijk staat ook voor duidelijk in negatieve zin. Zeg maar waar het op staat.

Wat steeds weer opvalt is dat onduidelijkheid een enorme **dissatisfier** is. En duidelijk zijn een **satisfier**, ook al wekt die duidelijkheid negatieve gevoelens op. Iemand moet weten waar hij of zij aan toe is. Aan onzekerheid hebben we een hekel.



Zeer duidelijk, maar...

*"Don't tell me we can't change.
Yes, we can. Yes, we can change. Yes, we can."
Wellicht dat we over 50 jaar die woorden nog
steeds herkennen als die van Barack Obama.
Als er iemand is die weet dat duidelijkheid
gepaard moet gaan aan voorbeeldgedrag, is
hij het wel.*



Welke Identiteit?

We gaven al aan dat de visie, het verhaal, ontzettend belangrijk is. Dat het de dynamiek tussen de leider en de volgers inhoud geeft en dus ook over de tijd heen kan variëren op het thema.

Veel van wat met duidelijkheid te maken heeft, heeft te maken met identiteit. We zijn al vroeg in ons leven bezig met die identiteit. 'Wie ben ik', 'waar ga ik naar toe in dit leven', 'waar hoor ik bij' zijn daar steeds terugkerende vragen bij.

Een pakkend verhaal zal antwoorden geven op vragen rondom identiteit. Je als het ware meetrekken in het 'hoe' en 'waarom' van je leven. Het inhoud en zin geven.

Churchill kon dat als geen ander in de tijd waar hij voor stond. Disney droeg zijn visie ook op die manier over. En ook Balkenende probeert daar op in te spelen met zijn 'waarden'-aanpak.