



Wie ben je écht?

Wat ons brengt bij het maken van fouten. Dat je ze maakt is onvermijdelijk, maar wat is dan 'het noodscenario' als het gebeurt?

De een zal zijn natuurlijke charme in de strijd gooien, de ander humor, maar er zal toch iets moeten zijn om je geloofwaardigheid te redden. Beraad je maar eens van te voren op die vraag. Alhoewel de praktijk leert dat ALS het moment komt, je al die lessen al weer vergeten bent en terugvalt op je 'natuurlijke' houding. Dat is veelal het 'in de verdediging schieten'. Het oermechanisme van 'vechten' of 'vluchten' is ook hier van toepassing. En wie in de verdediging schiet heeft het knap moeilijk om er weer uit te komen. Zeker in het zicht van kritische journalisten of je eigen personeel.



Geloofwaardigheid



Het Armandomuseum in Amersfoort brandt af na werkzaamheden aan het dak. Foutje van de Loodgieter, wiens bedrijfsnaam men overigens weigerde bekend te maken? Na 'gedegen' onderzoek weet de Burgemeester te melden dat de Brandweer en Politie niet kunnen vaststellen waar de brandhaard is begonnen. Claimen bovendien dat alle regels zijn gevolgd, zoals het hebben van brandblussers ter plekke. De Politiechef verklaart de brandblussers op foto's te hebben gezien, zit dus goed. Het bedrijf dat het onderhoud deed, toevallig een 100% dochterbedrijf van de gemeente Amersfoort, was niks te verwijten. Dossier dicht.....

Allesbehalve! Al snel duiken foto's op van omstanders en buurtbewoners waar precies op te zien is waar de brandhaard begon. Juist, daar waar de Loodgieter bezig was. Bovendien waren er geen brandblussers zichtbaar. Waarop de

Politiechef moest erkennen dat hij een foutje had gemaakt. Al snel bleek bovendien, door anonieme tips, dat de Loodgieter een zoon was van het Hoofd Technische Dienst van het betrokken Gemeentebedrijf. Zoon had een eenmanszaak en werd door ex-collega's in de pers afgeschilderd als niet bepaald bekwaam voor zo'n gecompliceerde klus...

Zou voor een Politie, Brandweer, Gemeentebedrijf en Burgemeester geloofwaardigheid ook van belang zijn?





Is er nog niet genoeg gezegd?

Duidelijk voor iedereen

Duidelijk zijn is wellicht de grootste opgave als het om communicatie gaat. Hoe zorg je ervoor dat mensen je boodschap gelijk oppakken en daarna maar weinig bevestiging nodig hebben.

Zeggen dat het oorlog is, als de bommen om je heen vallen laat aan duidelijkheid niks te raden over.

Aangeven dat het bedrijf binnen 6 maanden enorm moet bezuinigen, terwijl je net daarvoor weer een stijging van de winst hebt aangekondigd, is niet aan te raden. Wellicht is dat voor jou wel duidelijk, maar niet te plaatsen voor de overgrote meerderheid van je toehoorders of lezers. Timing dus.

Simpelweg 'Nee'.

Een vrouwelijke, Nederlandse projectmanager krijgt een topbaan bij een Engelse overheidsorganisatie die bouwprojecten moet begeleiden in Engeland. Simpelweg omdat Engelsen niet gewend zijn onverholen commentaar te leveren op en tegen projectontwikkelaars, aannemers of adviseurs. Nederlanders kennelijk wel, in de ogen van de Engelsen dan. Worden we toch nog gewaardeerd voor onze directe houding.



Duidelijkheid heeft dan ook veel te maken met acceptatie en geloofwaardigheid. We gaan er immers van uit dat we maximale acceptatie bereiken voor wat we willen. Een maximale geloofwaardigheid bevordert dat ten eerste.

In dat geval is het verstandig 'duidelijkheid' vooral synoniem te laten zijn met 'simpel'. En 'simpel' betekent:

- Gebruik geen geleerde woorden. 'Reciproke communicatie' is misschien precies wat je bedoelt, maar vraagt dat we het woord 'reciprook' allebei begrijpen...
- Maak gebruik van voorbeelden die men kan plaatsen in de eigen werkelijkheid van alledag.
- Maak het doel van wat je wilt vertellen vooraf duidelijk, check als het even kan aan het einde van je verhaal bij de betrokkenen of dat ook zo is overgekomen
- Neem nooit meer dan 3 punten mee in je 'betog', meer gaat verloren
- Het gebruik van humor maakt het wat aangenamer, zeker als die aansluit op de wereld van de luisteraars. Maar pas op dat het de inhoud niet gaat overheersen!

Houdt het simpel, ook voor jezelf!

