

8 TIPS VOOR **RESULTAATGERICHT BEÏNVLOEDEN**

PROFESSIONALS





8 TIPS VOOR **RESULTAATGERICHT BEÏNVLOEDEN**

PROFESSIONALS

CHRIS PEEK

Colofon

Titel: 8 Tips voor resultaatgericht beïnvloeden
professionals

Auteur: Chris Peek

Vormgeving: Ingrid Vogels Grafisch Ontwerper

© 2020, Chris Peek training & advies

INHOUD

- 1. LET OP HET BALBEZIT**
EERST BEGRIJPEN, DAN PAS OVERTUIGEN
- 2. NIET ALLES DOET ERTOE**
WEET WAT DE ANDER BELANGRIJK VINDT
- 3. NIEMAND KAN GEDACHTEN LEZEN**
LEG JE VOORSTEL HELDER OP TAFEL
- 4. HOE ZIT HET MET JOUW GUNFACTOR?**
ERGER JE NIET, VERWONDER JE SLECHTS
- 5. WEDERKERIGHEID WERKT**
DOE EEN PERSOONLIJK BEROEP
- 6. OVERTUIGEN DOE JE ZO**
GEBRUIK DRIE ARGUMENTEN
- 7. DE BEUK ERIN**
MAAK –SOMS- GEBRUIK VAN HARDE STIJLEN
- 8. DE BOEL VLOTTREKKEN**
HANG BOVEN HET GESPREK

LET OP HET BALBEZIT EERST BEGRIJPEN, DAN PAS OVERTUIGEN

Vaak komen mensen op mijn trainingen, omdat ze beter willen leren overtuigen. Lijkt logisch. Maar ik ontmoet niet veel mensen die beter overtuigd willen worden. Nee, we willen vooral begrepen worden. Knoop dat in je oren. In voetbaltermen: zorg dat de ander veel aan de bal is. Dus let op het % balbezit van beide 'teams'. Als jij heel veel aan de bal bent, is er voor de ander weinig lol aan. En is die al helemaal niet meer te overtuigen...

Let maar eens op hoe vaak we, als we willen beïnvloeden, de ander proberen te overtuigen. Want dat lijkt zo logisch: beïnvloeden doe je door te overtuigen. Maar als die ander niet overtuigd wil worden, dan schiet het met dat beïnvloeden ook niet op. Sterker nog, de sfeer leidt eronder, de ander haakt af etc. En er wordt helemaal niet meer geluisterd. De oren staan dicht. Probeer dan nog maar eens te beïnvloeden.

Wat het makkelijk maakt, is dat de ander vaak aangeeft dat die niet meer luistert. Of dat je het bij jezelf ook goed kan merken. Als je drie keer "Ja, maar..." hoort is er sprake van een rode vlag. Je bent gewaarschuwd: wees alert!
Wat je op zo'n



moment helpt is denken aan het % balbezit. Je weet wel, één van de statistieken die tijdens voetbalwedstrijden regelmatig in beeld komt. Streef naar het vergroten van het % balbezit van de andere partij.

Nog krachtiger is als je benoemt wat er gebeurt. B.v. door te zeggen: "Ik merk dat we alleen maar zitten te ja-maren. Laat ik eerst nog eens kijken of ik je goed begrepen heb." Let maar eens op wat er dan gebeurt in het gesprek!

Op het moment dat we geconfronteerd worden met weerstand wordt het nog lastiger. Zodra we ook maar enigszins het idee hebben dat de ander in de weerstand zit, gaan we hard aan het werk met overtuigen, informatie geven, enthousiasmeren etc. Zou die zich zo door jou laten beïnvloeden? Forget it. Gaat niet werken. Al je moeite voor niets. De ander hoeft alleen maar achterover te leunen. En de hakken zakken wellicht nog meer in het zand.

NIEMAND WIL OVERTUIGD WORDEN. WE WILLEN VOORAL BEGREPEN WORDEN.

Weerstand? Nog een rode vlag! Eerst ruimte voor de ander creëren! Dus: luisteren, samenvatten en doorvragen. En dan: luisteren, samenvatten en doorvragen. -Nee, dit is geen vergissing.- Totdat alle weerstand op tafel ligt. En dan kijken (vragen?) wat die ander nodig heeft van jou. Vaak helemaal niet jouw stortvloed aan ideeën, enthousiasme, meningen etc. Soms kom je er niet direct uit met die weerstand. En laat de ander zich dus helemaal niet beïnvloeden. Winst is al wel dat de ander merkt dat je de moeite doet om hem te begrijpen. En serieus te nemen. Vaak is de ander dan ook wel bereid om even naar jou te luisteren. En jou serieus te nemen. Voor je het weet breekt het moment aan dat je even krachtig kan overtuigen. Omdat iemands oren open staan. Hoe je dat doet lees je elders.

Maar pas op: niet te lang aan het woord. Houd ruimte voor de ander. Denk aan het % balbezit!

2.

NIET ALLES DOET ERTOE WEET WAT DE ANDER BELANGRIJK VINDT

Op YouTube is het hilarische filmpje te vinden van de Tandенborstelverkoper. Afkomstig uit Sesamstraat. Grover komt op bezoek bij Kermit. En haalt werkelijk alles uit de kast om Kermit te beïnvloeden om een tandenborstel van hem te kopen. Heel wat strategieën komen langs. Tevergeefs. Grover maakt een grote fout. Die we allemaal wel eens maken. Hoe het afloopt? Ga maar eens googelen!

O, wat doen mensen toch soms hun best om anderen te beïnvloeden. Heel veel woorden. Nog meer argumenten. Veel details en onderbouwing. Onbegrijpelijk dat de ander nu nog niet overstag gaat.

Zeker vakspecialisten hebben hier nog wel eens een handje van. Logisch. Ze weten immers heel veel over financiën, techniek, ICT enz. De ander kan nooit zover meepraten op detailniveau. En valt mogelijk even stil in het gesprek. De specialist ziet dat de ander nog niet overtuigd is. En doet er nog een scheepje bovenop. Nog meer argumenten, feiten, cijfers, bla bla.

In verkooptrainingen heeft het gelukkig al een vaste plek gekregen. (Ofschoon nog lang niet alle verkopers zo werken, maar dat is een ander verhaal.) Stel eerst wat vragen. Zodat je weet wat de behoefte van de ander is. Wat wil die? Wat heeft die nodig? Zo krijg je helder wat voor de ander belangrijk is. En dat zouden zomaar eens hele andere dingen kunnen zijn, dan die jij belangrijk vindt. Nu weet je dus waar je op in kunt gaan. Op welke onderdelen je je argumentatie kunt richten. Waar de ander gevoelig voor is.

Nu moet ik toegeven dat het hier allemaal wel wat simpel wordt voorgesteld. Want wij mensen weten lang niet altijd wat we echt belangrijk vinden. Zo bewust zijn we nu ook weer niet van ons handelen. Daarnaast speelt er nog iets anders mee. We doen bepaalde dingen soms ook niet omdat we, al dan niet bewust, bang zijn voor eventuele gevolgen. We maken ons zorgen over allerlei "what-ifs".

Wil je effectief beïnvloeden, -en wie wil dat nu niet?-, dan helpt het als je die onzekerheden of angsten op tafel hebt liggen. Dan kun je namelijk kijken wat er speelt. Wat je bijvoorbeeld kunt doen op het vlak van onzekerheidsreductie. Weet wat de ander dus echt nodig heeft.

En kun je tijdens dit spel van afwisselen tussen af en toe zenden en dan weer ontvangen nog goed registreren wat er met je gesprekspartner gebeurt? Niet? Lees anders de vorige tip nog eens wat ik daar vertelde over een rode vlag!

WEET WAT JE KUNT DOEN OP HET VLAK VAN ONZEKERHEIDS- REDUCTIE.

P.S. Nog even over Grover en Kermit. Kermit wil natuurlijk helemaal geen tandenborstel. Wat Grover ook probeert. Kikkers hebben namelijk geen tanden. Maar hoe moet Grover daar achter komen, als hij zo hard aan het pushen is?

3.

NIEMAND KAN GEDACHTEN LEZEN

LEG JE VOORSTEL HELDER OP TAFEL

Een gesprek waarin we een ander proberen te beïnvloeden wil nog wel eens alle kanten opschieten. En helaas niet altijd met het resultaat dat je zelf zou willen. Voordat je het weet spuit de irritatie uit je poriën. Heeft de ander nu nog niet begrepen wat je wilt? Nee. Die kan namelijk geen gedachten lezen.

Hoe duidelijk ben jij eigenlijk als je anderen wilt beïnvloeden? Leg je jouw kaarten snel op tafel? Ben je helder wat je wilt bereiken? Of doe je dat heel omzichtig? Eerst maar eens kijken waar de ander staat?

Grofweg kun je de mensheid in tweeën verdelen. Mensen die snel de ruimte in een gesprek pakken. Die nemen het initiatief. Zitten vaak ook wat voorover en praten sneller. Zijn ook geneigd om hun standpunt sneller bekend te maken. Daartegenover heb je mensen die wat meer ruimte aan de ander geven in een gesprek. Die laten het initiatief aan de ander: Leunen eerder wat achterover en praten langzamer en bedachtzaam. Zij zullen hun standpunt niet zo snel bekend maken. Willen eigenlijk dat eerst de ander dat doet. Je zult echter van beiden een beetje moeten hebben. Eerder heb je al kunnen lezen dat het slim is om in het begin te kijken wat de behoefte van de ander is. Waar die gevoelig voor is. Daar kun je dan goed op aansluiten. Dus je geeft eerst wat ruimte aan de ander. Om vervolgens op het goede moment zelf de ruimte te nemen. Maar dat laatste moet je dan wel doen! Dan schiet het niet op als je maar vragen blijft stellen. In de hoop dat de ander het goede (lees: gewenste) antwoord gaat geven. "Je gaat het pas zien, als je het door hebt", zei de grote Cruijff ooit.

Let in dit verband maar eens op bij vergaderingen. Hoeveel mensen er niet door het stellen van vragen proberen te beïnvloeden. En hoe traag dat dan verloopt. En hoe vaak het niet tot het gewenste resultaat leidt.

HET SCHIET NIET OP ALS JE ALLEEN MAAR VRAGEN BLIJFT STELLEN.



Nu begrijp ik heel goed dat het te maken heeft met een bepaalde vorm van voorzichtigheid of vriendelijkheid. Niet te stellig willen of durven over komen. Niet de ruimte voor een ander in willen vullen. Niet de suggestie willen wekken dat je de wijsheid in pacht hebt. Enzovoort. Allemaal goed bedoeld dus. Maar in termen van beïnvloeding schiet het niet op. De ander kan geen gedachten lezen. Help hem dus door duidelijk te maken wat je wilt. Wat jouw standpunt is. Wat jouw idee of voorstel is. Wat jij verwacht. En nodig de ander vervolgens uit om daar op te reageren. Door zijn standpunt, voorstel etc. daarnaast te leggen. Kijk, dan weten we waar we het over hebben.

Het gekke is dat mensen dit soort patronen van zichzelf vaak helemaal niet kennen. Dat ze denken dat ze duidelijk communiceren. Maar de ander moet het nu eenmaal doen met de dingen die je zegt. Niet met de dingen die je denkt. Dus zo duidelijk is het vaak helemaal niet. Maar er is hoop. Op het moment dat je je hier wel van bewust bent, kun je daar wat aan doen. En krijg je veel meer voor elkaar; dan je voor mogelijk hebt gehouden. Probeer het maar eens!

4.

HOE ZIT HET MET JOUW GUNFACTOR?

ERGER JE NIET, VERWONDER JE SLECHTS

Wat raken we soms toch geïrriteerd op het moment dat andere mensen niet doen of denken wat wij willen. Onze pogingen tot beïnvloeding lijken vruchteloos. Je krijgt de neiging om op z'n Louis van Gaals te denken: "Zijn jullie nou zo dom, of ben ik zo slim?" Je houdt je gelukkig in. Maar de ander kan natuurlijk zo zien dat het op je voorhoofd geschreven staat. Nee, dat schiet lekker op.

Gelukkig zijn we allemaal maar mensen. Met onze irritaties, zwaktes en gevoeligheden. Maar jammer genoeg kunnen die ons wel eens flink in de weg zitten. Zeker waar het gaat om effectief te kunnen beïnvloeden. Want mensen die, ondanks al je pogingen om ze op andere gedachten of gedrag te brengen, hun eigen koers blijven varen, en zich dus ogenschijnlijk niets van je aantrekken, kunnen je het bloed onder de nagels vandaan halen. Of wat kleiner geformuleerd: je kunt je eraan ergeren. Knappe jongen die die ergernis voor zich houdt. Op een of andere manier merkt de ander dat toch wel. Moet je maar eens opletten hoeveel mensen in zo'n situatie zogenaamde "..., sukkel!" zinnen gebruiken. Daarmee bedoel ik dat je na elke zin, bij wijze van spreken, de ander "..., sukkel!" hoort zeggen. Niet letterlijk natuurlijk. We zijn tenslotte netjes opgevoed. Reken maar dat de boodschap echt wel binnenkomt.

Daarnaast heb je natuurlijk de mensen die er geen doekjes omwinden. En hun ergernis luid en duidelijk verkondigen. En de ander dus maar als een onbenul neerzetten.

Nu weten we uit het uitermate boeiende werk van Robert

Cialdini over –onbewuste- beïnvloeding dat we veel meer geneigd zijn om iets te doen voor mensen die we sympathiek vinden. Een goede sfeer is een zeer belangrijke factor bij beïnvloeding. Mensen die aardig gevonden worden, hebben nu eenmaal een grotere gunfactor. Dus daarvoor zijn we eerder bereid om ons gedrag of onze gedachten aan te passen. Natuurlijk weten we dat eigenlijk allemaal wel. We kennen immers het gezegde: "Je kunt meer vliegen vangen met stroop, dan met azijn."

Maar, o, wat is dit in de praktijk moeilijk. Dus een eenvoudige tip werkt hier niet. Want als ergernis eenmaal getriggerd is, is het nauwelijks tembaar. Maar je kunt wel aan een soort van mindshift werken. Simpelweg zorgen dat je je minder snel ergert aan andere mensen. Bijvoorbeeld door je te realiseren dat we allemaal wel zo onze rafelrandjes hebben. Beetje geven en nemen in het leven.

Of dat er maar heel weinig mensen zijn, die expres en heel bewust rottig gedrag vertonen. Het levensmotto: "Erger je niet, verwonder je slechts" kan een goede hulpbron zijn. Als het je lukt dat wat vaker toe te passen, zul je merken dat je ergernissen behoorlijk afnemen. Dat je gunfactor vervolgens omhoog schiet. En dat je daardoor veel meer effect bereikt met het beïnvloeden.

N.B. Ik hoop niet dat je je geërgerd hebt aan dit stukje. Want dan beïnvloedt het je denken sowieso niet. Toch?

**PAS OP MET
ZOGENAAMDE
“....., SUKKEL!”
ZINNEN.**

5.

WEDERKERIGHEID WERKT DOE EEN PERSOONLIJK BEROEP

“We willen wel helpen, maar niet geholpen worden.” Deze volkswijsheid speelt ons danig parten, als het aankomt op resultaatgericht beïnvloeden. De kortste weg naar beïnvloeding is simpelweg rechtstreeks vragen of iemand iets wil doen. Of niet meer wil doen. Of ons wil helpen.

En toch kiezen we veel te weinig voor de kortste weg. Waarom toch?

Gary Yukl heeft onderzoek gedaan naar de effecten van verschillende beïnvloedingsstijlen. Hij beschrijft bijvoorbeeld of er actieve betrokkenheid volgt, of dat de reactie 'slaafse' gehoorzaamheid is. Daarbij geeft hij aan in welke mate een bepaalde beïnvloedingsstijl weerstand oproept bij de ander. Een 'persoonlijk beroep doen' is ook één van de door Yukl onderzochte stijlen. Daarbij komt hij tot de volgende conclusie: 'persoonlijk beroep doen' leidt bijna in de helft van de gevallen tot actieve betrokkenheid en maar in een kwart van de gevallen tot weerstand. (Terwijl het veel gebruikte 'rationeel overtuigen' daarentegen slechts in een kwart van de gevallen tot actieve betrokkenheid leidt, en 1 op de 2 keer leidt tot weerstand) Hoewel dit onderzoek slechts gedaan is onder hoog opgeleide professionals, mogen we de conclusie trekken dat de stijl 'persoonlijk beroep doen' werkt.

En toch maken we door de bank genomen maar weinig gebruik van deze stijl. Waarom? Vinden we het inderdaad lastig om hulp te vragen? Willen we een ander niet lastig vallen? Of zijn we misschien bang voor een afwijzend antwoord? Maar laten we de zaak eens omdraaien. Hoe is het om een dergelijk verzoek te krijgen? "Wil je voor mij ...?" of "Ik zou het fijn vinden als jij voor mij ...?" Etc. Klinkt toch goed? De ander maakt je een beetje bijzonder: Of geeft je erkenning voor bepaalde kennis, vaardigheden of positie die je hebt.

WE MOGEN DE CONCLUSIE TREKKEN DAT DE STIJL 'PERSOONLIJK BEROEP DOEN' WERKT

Ik ga nog een stapje verder. Robert Cialdini heeft veel gepubliceerd over invloed en beïnvloeding. Hij onderscheidt zes krachtige principes, waardoor wij ons laten beïnvloeden. Vaak zonder dat we het merken!

Een van die principes is 'wederkerigheid'. Wij zijn namelijk geneigd om iets terug te doen of te geven als een ander eerder voor ons iets heeft gedaan of ons iets heeft gegeven. Meer pepermuntjes bij de rekening in een restaurant, leidt tot het geven van hogere fooien. Als we uitgenodigd worden op iemands verjaardag, stijgt de kans explosief dat wij die persoon vervolgens ook op onze verjaardag uitnodigen. Als je voor iemand koffie haalt op het werk, is de kans heel groot dat hij de volgende keer ook iets voor jou meeneemt. Vul de voorbeelden maar aan.

Wil je de kans vergroten dat iemand positief reageert op je persoonlijk beroep, zet dan het principe van wederkerigheid in werking. Simpelweg door ervoor te zorgen dat jij eerst iets voor die ander hebt gedaan.

Let op dat het welgemeend is. Zo niet, dan zijn het trucjes. Is het nep en zitten we elkaar voor de gek te houden. Dat hebben mensen snel door: Hebben ze ook een hekel aan. Voelt als gebruikt of gemanipuleerd worden. En dat wil niemand.

Pas wel op met een persoonlijk beroep doen. Voor de druk niet op, blijf in de gaten houden of de ander echt bereid is voor je te doen. En accepteer als de ander afwijzend reageert op je verzoek. "Nee" is tenslotte een heel legitiem antwoord. Toch?



6.

OVERTUIGEN DOE JE ZO GEBRUIK DRIE ARGUMENTEN

Inmiddels heb je ongetwijfeld door dat resultaatgericht beïnvloeden veel meer is dan iemand overtuigen. Het is een fijn samenspel van push & pull. Van ruimte geven en ruimte nemen. Van aandacht voor behoeften van de ander en die van jezelf. En weten wat je wilt. Maar natuurlijk, soms moet je de ruimte pakken om krachtig jouw standpunt te vertellen. Maar hoe doe je dat nou, zodat het echt impact heeft?

Politici hebben inmiddels geleerd dat ze in twee zinnen tot de kern moeten komen. Veel meer spreekijd krijgen ze niet. Ze worden onderbroken, er volgt een 'ja-maar' of de volgende vraag wordt op ze afgevuurd.

Hoe is het voor niet-politici? Wellicht niet zo erg, maar toch. Kom snel ter zake. Gebruik compacte zinnen. En laat je argumenten even 'landen'. Geef de ander de tijd om te begrijpen wat je zegt. Daarbij helpt het als je een en ander ordent. Dus: maak duidelijk wat je standpunt is en geef aan

dat je vervolgens drie argumenten hebt om je standpunt te onderbouwen. Gebruik dan teksten als: "Ten eerste . . . , ten tweede . . . etc." Of: "Mijn eerste argument is . . . , mijn tweede argument is . . . etc". Ondersteun deze teksten –die we meta-communicatie noemen- met gebaren. Op deze manier geef je de ontvanger als het ware een kapstok, waaraan hij de informatie die je geeft kan ophangen. Dat helpt bij het begrijpen en onthouden. En dat was toch je bedoeling? Gebruik drie argumenten. Niet meer en niet minder: Ten eerste: meer dan drie argumenten kunnen mensen toch niet meer onthouden. Je blijft langer aan het woord en ze haken af. Ten tweede: met minder dan drie argumenten sta je niet zo sterk. Als er één onderuit getrokken wordt, houd je niet veel meer over. Ten derde: Meer argumenten betekent wellicht een verwatering van de kracht. Waarop je vervolgens makkelijker aangevallen kunt worden, waardoor de beste argumenten weer naar de achtergrond verdwijnen.

Als je meer tijd hebt kun je wat verder gaan in het onderbouwen van je argumenten. Gebruik dan per argument een soort van drietrapsraket. Je noemt je argument, vervolgens toon je met onweerlegbare feiten aan waarom jouw argument valide is, en je rond af met wat daarbij het voordeel voor de ander is.

**GEEF DE ANDER
DE TIJD OM TE
BEGRIJPEN WAT
JE ZEGT.**

En in het geval dat je nog meer tijd hebt, noem je ook één of twee tegenargumenten op. Die je vervolgens direct weerlegt. Daarmee laat je zien dat je een probleem van meerdere kanten hebt bekeken. En dat je heus wel begrijpt dat er mensen zullen zijn die er iets anders van vinden.

Zo kan ik me voorstellen dat sommige lezers het gevoel kunnen krijgen dat rationeel overtuigen op deze manier wel erg clean en technisch overkomt. Maar oefening baart kunst. Zodat beschreven technieken een tweede natuur worden. Waarbij je impact enorm toeneemt. En wie wil dat nu niet?

7.

DE BEUK ERIN MAAK –SOMS- GEBRUIK VAN HARDE STIJLEN

Onder druk wordt alles vloeibaar. Zonder strijd geen overwinning. Je kent ze vast wel. Die gezegdes die duidelijk maken dat een harde(re) aanpak soms nodig is. Of wenselijk. Maar, om er nog maar een gezegde in te gooien: bezint eer ge begint. Want Druk maakt meer kapot dan je lief is. Of zoiets. Nou ja, je begrijpt wat ik bedoel.

Bij beïnvloeding gaat het erom dat je mensen op andere gedachten brengt. Of dat ze andere dingen gaan doen. Daarbij heb je grofweg twee mogelijkheden. Mensen gaan andere dingen doen, omdat niet alleen jij, maar uiteindelijk zij zelf dat ook willen. Ze handelen dan vanuit een actieve betrokkenheid. Maar mensen kunnen ook andere dingen gaan doen, omdat ze geen keuze meer hebben. Omdat het moet. Ze handelen dan vanuit gehoorzaamheid. Natuurlijk heb je ook nog allerlei externe factoren die maken dat mensen andere dingen gaan doen. Maar daar gaat het hier niet over. Ik heb het hier slechts over situaties waarin jij iets van een ander wilt.

Wil je dus actieve betrokkenheid of gehoorzaamheid? Alhoewel het laatste voor sommigen ongetwijfeld als muziek in de oren klinkt, is het inzetten op actieve betrokkenheid over het algemeen te prefereren. Want als mensen iets uit vrije wil doen, mag je er vanuit gaan dat ze het zien zitten. Dat ze het ook doen als jij niet in de buurt bent. Maar misschien nog wel belangrijker: dat de relatie goed blijft. Soms moet je het echter hard(er) spelen. De beuk erin. Maar zoals gezegd: bezint eer ge begint. Gary Yukl (zie ook tip 5) beschrijft drie beïnvloedingsstijlen die als hard aangemerkt worden.

Bij coalitie sluiten ga je, achter de rug van de ander, bondjes sluiten, waardoor die persoon wat geïsoleerd komt te staan. "Ik heb alle teamleden zover gekregen dat ze voor zijn. Nu jij nog." Bij druk uitoefenen benoem je de consequenties en mogelijke sancties die de ander zal ervaren, als hij niet doet wat jij wil. Bij legitimeren zet je je verzoek kracht bij, omdat jij, vanuit jouw positie, of gelet op bepaalde zaken, het recht hebt om iets te vragen van de ander:

Bij deze drie stijlen blijkt uit onderzoek van Yukl dat het nauwelijks leidt tot actieve betrokkenheid. Maar op gehoorzaamheid scoren ze behoorlijk hoog. En op weerstand Dus de relatie loopt nogal risico. Maar goed, soms kun je misschien niet anders. Hier nog enkele tips.

Blijf in alle harde stijlen zo open en eerlijk mogelijk. Maak je niet onnodig groot. Ga niet dreigen met dingen die je niet waar kunt maken of die buiten proportioneel zijn. Kijk of je nog steeds de keuze bij de ander kunt laten. "Ik verwacht dat je dit doet. Zo niet, dan

REALISEER JE DAT ER MOGELIJK WAT HERSTELWERK OP DE RELATIE NODIG IS

is dit de consequentie." En dan de ruimte aan de ander laten. Als die het gevoel heeft te kunnen kiezen voor hetgeen jij wilt, of toch de aangekondigde consequentie aanvaarden, zal hij eerder eieren voor zijn geld kiezen. Geef mensen desnoods even bedenktijd.

Wees verder heel helder. Houd je stem krachtig. Maak veel oogcontact. Laat je boodschap 'landen'. Laat dan de ander reageren, desnoods maar even een stilte.

Voor alles geldt: blijf zuiver en naar eer en geweten handelen. En realiseer je dat er mogelijk wat herstelwerk op de relatie nodig is. Want die –herstelde– relatie heb je nodig om ook in de toekomst effectief te kunnen blijven beïnvloeden.

8.

DE BOEL VLOTTREKKEN HANG BOVEN HET GESPREK

Je hebt inmiddels al heel wat tips gekregen die je een effectievere beïnvloeder maken. En toch zul je nog in situaties belanden waarin het niet loopt zoals je wilt. Je gesprek neemt een heel andere wending dan gehoopt. Tsja, dan zul je de boel vlot moeten trekken. Er zit niets anders op. Tenminste als je je doel wilt bereiken.

Het is al eerder gezegd, als je beïnvloeding niet zo soepel verloopt als je wilt, dan wordt het vaak nog lastiger. Zeker omdat jij wellicht dan niet de enige bent die daar geïrriteerd over raakt. Hier twee beproefde aanpakken.

Allereerst heb je er beiden baat bij als je in het begin van het gesprek als het ware een procedure-contract sluit. In dat contract spreek je af waar jullie het over gaan hebben, wat de opbrengst van het gesprek moet zijn, welke rolverdeling jullie willen hanteren, welke aanpak je dus in het gesprek hebt en hoeveel tijd je beschikbaar hebt, etc. We noemen dit ook wel openen op procedureniveau. Als jij het initiatief neemt, doe je een 'contractvoorstel'. Kijk goed of de ander hier ook 'ja' tegen zegt. Of dat hij bepaalde zaken liever anders doet. Pas als je allebei overeengekomen bent hoe, waarom en waartoe je het gesprek gaat voeren, stap je over naar de inhoud. Mocht later het gesprek toch een andere kant op schieten, dan kun je – allebei! – teruggrijpen op wat je eerder afgesproken had. Soms is dat al genoeg om weer op het goede spoor te komen. Je zult echter ongetwijfeld ook wel eens in situaties terecht komen dat je merkt dat je beiden helemaal niet meer vruchtbaar bezig bent. Dan moet je het gesprek vlottrekken. Als je resultaat wilt.

RODE VLAG? RAADPLEEG CAMERA 3!

Naast het zetten van de juiste kaders in het begin van het gesprek maak je ten tweede gebruik van de volgende techniek. Denkbeeldig hangt er boven jullie gesprek een camera. Die registreert de interactie tussen de gesprekspartners. Kijk van tijd tot tijd door die camera. En zeker als het gesprek stropt. Omdat die camera erboven hangt, noemen we dat waarnemen vanuit de 3e positie. Ik noem die daarom camera 3. Benoem wat je ziet als je door camera 3 kijkt. En voeg toe welke indruk je daarbij hebt. Vraag of de ander dat herkent en wat zijn waarneming is. En wat maakt dat het zo loopt.

Voorbeeld? Tijdens het gesprek merk je dat de ander alleen maar problemen opnoemt. En geen oplossingen aandraagt. Die moeten blijkbaar van jou komen. Zo schiet het niet op! Rode vlag! Dat betekent: raadpleeg camera 3. Benoem wat je ziet. En dat je de indruk hebt dat de rolverdeling behoorlijk eenzijdig is. Want de ander zal altijd wel één probleem meer verzinnen, dan dat jij oplossingen hebt. De ander herkent dit wellicht. Nu kun je een procedurevoorstel doen waarbij je de rolverdeling anders afspreekt.

Voorbeeld 2. Je merkt dat de irritatie behoorlijk oploopt. Kijk door camera 3 en beschrijf dat je merkt dat de ander steeds meer geïrriteerd is. En jij ook. De ander zal dit herkennen. Nodig de ander uit om toe te lichten waardoor die irritatie is ontstaan. En vertel zelf ook hoe dat bij jou zit en waar jij last van hebt. Hierdoor krijg je iets, dat zich onder water afspeelde, weer zichtbaar. En in veel gevallen zal het nu beter lukken. Het geeft tevens de mogelijkheid je –goede- intentie uit te spreken. En op goede intenties kun je meestal niet zo lang blijven haken. Dus: Rode vlag? Raadpleeg camera 3!

ZELFSTURENDE PROFESSIONALS EN ZELFORGANISERENDE TEAMS ZIJN VAN TOEGEVOEGDE WAARDE, MAAR ONTSTAAN NIET VANZELF. HOE PAK JE DAT AAN?

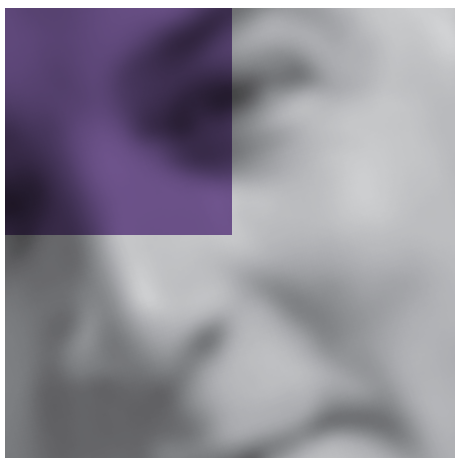
Chris Peek richt zich de laatste jaren steeds meer op het vergroten van zelfsturing bij professionals en teams. Onderstaande boeken gaan dieper op die vraag in. Praktisch, herkenbaar en direct toepasbaar:

Zelfsturing vraagt Leidinggeven,
50 praktische tips voor leidinggeven aan zelfsturing
Chris Peek & Véronique Willems - 2020 - 112 blz - pocket

Professionals aan het stuur,
10 pijlers om samen te bouwen aan meer zelfsturing je je organisatie
Chris Peek & Véronique Willems - 2019 - 258 blz -hard cover

Kijk voor meer informatie op:

www.professionalsaanhetstuur.nl



IN DEZE REEKS VERSCHENEN OOK:

- **8 TIPS VOOR
BEORDELINGSGESPREKKEN**
- **8 TIPS VOOR
DOELSTELLINGSGESPREKKEN**
- **8 TIPS VOOR
FUNCTIONERINGSGESPREKKEN**
- **8 TIPS VOOR
HET MAKEN VAN RESULTAATGERICHTE
AFSPRAKEN**
- **8 TIPS VOOR
EFFECTIEF TEAMOVERLEG**

Meer titels zijn in voorbereiding

Bestelwijze: Deze brochure is te bestellen via:
info@chrispeek.nl
www.chrispeek.nl

IN ONS WERK DRAAIT HET HEEL VEEL OM BEÏNVLOEDING. HOE ZORG JE ERVOOR DAT ANDEREN IETS DOEN (OF NALATEN) WAT JIJ WILT? SOMS BEN JE DE BAAS. EN DAN KUN JE HET OPLEGGEN OF AFDWINGEN. ALHOEWEL? ER BESTAAN VEEL MISVERSTANDEN OVER WAT NU RESULTAATGERICHT BEÏNVLOEDEN IS. HET GAAT IN IEDER GEVAL VEEL VERDER DAN KRACHTIG OVERTUIGEN.

In 8 Tips voor resultaatgericht beïnvloeden lees je verrassende invalshoeken, krijg je ideeën en word je geïnspireerd om je aanpak te verbreden. En krijg je dus meer voor elkaar!



Chris Peek (1961) studeerde Onderwijskunde aan de Radboud Universiteit in Nijmegen. Hij trainde vele professionals en leidinggevers en adviseerde organisaties met betrekking tot o.a. opleidingsprogramma's en performance verbetering. Hij gaf leiding aan teams van trainers en consultants op het vlak van management- en leiderschapsontwikkeling en was manager van een groot trainingsbedrijf. Momenteel werkt hij vanuit zijn eigen bedrijf met professionals en (management) teams op de thema's leiderschap, samenwerking en effectiviteit.

Voor meer informatie, reacties, opmerkingen, discussie:
info@chrispeek.nl
www.chrispeek.nl