



Waarde voortbrengen

Waarom doen organisaties wat ze doen? Uiteindelijk willen ze bepaalde waarden voortbrengen. Bij veel van de activiteiten wordt niet afgevraagd of ze wel goed gericht zijn op die waarden. Er vindt dan onbewust een omdraaiing op: organisaties willen wat ze doen. Vaak ook willen ze wat andere toonaangevende organisaties doen, vooral de nieuwe in het oog springende activiteiten. Organisaties creëren momenten van bezinning, bijvoorbeeld met de ontwikkeling van een ondernemingsplan. Wat wil de organisatie voortbrengen, wat wil de organisatie betekenen voor haar klanten en haar omgeving? Het is ook goed om te bedenken waarmee de organisatie zich wil onderscheiden van collega-organisaties.

Inspiratie & vakbeheersing

Willen staat aan de basis van creatie. Het is de kunst om creatieve vermogens van managers en medewerkers te verbinden aan de opgave van de organisatie. Als we kijken naar bekende voorbeelden van creatieve geesten dan zien we een combinatie van inspiratie en vakbeheersing.

Het is nodig om in groepssessie mensen met onverwachte en zelfs dwarse ideeën uit te dagen, en om ze in die sessies ook individueel aan te spreken en aan het denken te zetten.

Overtuigingskracht

Als de ideeën er zijn, dan ligt er de taak om die vervolgens overtuigend uit te dragen. Overtuigen veronderstelt dat er een ander is. Overtuigen lukt niet als mensen alleen maar overtuigd zijn van hun eigen gelijk. Nieuwe ideeën dragen organisaties als boodschap uit met communicatiemiddelen. De aandacht richt zich op het moment erg op de middelen zelf. Men mist daardoor gemakkelijk de overtuigingskracht van mooie taal en pakkende beelden.

Besluitvaardigheid

Bestuurders en managers zijn gericht op het nemen van besluiten. Ze kunnen niet wachten totdat ze alle informatie hebben en alle mogelijkheden hebben kunnen afwegen. Kernachtige, meerzijdige informatie is de sleutel tot succesvolle besluiten.

