

Inhoud

Boeken kopen zou fijn zijn als we de tijd om ze te lezen erbij konden kopen; maar in het algemeen wordt het aanschaffen van een boek verward met het zich eigen maken van de inhoud.

– Arthur Schopenhauer

Dankwoord	13
Inleiding	15
Mijn verhaal	15
Onze reis	17
Aan de slag	20
Hoofdstuk 1 Waarom betovering?	21
Wat is betovering?	21
Wanneer heb je betovering nodig?	22
Wat denken mensen?	23
Waar moet je de grens trekken?	24
Voorbeelden en hoe je dit boek kunt gebruiken	25
Persoonlijke verhalen	27
Het verhaal van Eric Dawson	28
Hoofdstuk 2 Wanneer vinden mensen je aardig?	29
<input type="checkbox"/> Zorg dat je kraaienpootjes krijgt	29
<input type="checkbox"/> Kleed je gelijkwaardig	31
<input type="checkbox"/> Perfectioneer je handdruk	32
<input type="checkbox"/> Gebruik de juiste woorden	33
<input type="checkbox"/> Accepteer anderen	34
<input type="checkbox"/> Kom dicht(er)bij	35
<input type="checkbox"/> Leg anderen niet jouw waarden op	36
<input type="checkbox"/> Ga voor je passie en maak een plan	37
<input type="checkbox"/> Ga op zoek naar een gedeelde passie	38
<input type="checkbox"/> Creëer win-winsituaties	40
<input type="checkbox"/> Vloek	40
<input type="checkbox"/> Zeg ja	43
Het verhaal van Fran Shea	44

Hoofdstuk 3 Wanneer vinden mensen je betrouwbaar?	47
<input type="checkbox"/> Vertrouw anderen	47
<input type="checkbox"/> Wees een Mensch	48
<input type="checkbox"/> Speel open kaart	50
<input type="checkbox"/> Kies voor intrinsieke motivatie	50
<input type="checkbox"/> Verwerf kennis en vaardigheid	51
<input type="checkbox"/> Laat je zien	52
<input type="checkbox"/> Bak een grotere taart	53
<input type="checkbox"/> Betover mensen op hun eigen voorwaarden	53
<input type="checkbox"/> Positioneer jezelf	54
<input type="checkbox"/> Wees een held	55
Het verhaal van Tony Morgan	57
Hoofdstuk 4 De voorbereiding	59
<input type="checkbox"/> Doe iets groots	59
<input type="checkbox"/> Voer een autopsie vooraf uit	61
<input type="checkbox"/> Bewerkstellig succes	62
<input type="checkbox"/> Houd het kort, simpel en behapbaar	64
<input type="checkbox"/> Werp geen hindernissen op	66
<input type="checkbox"/> Zorg voor een standaardoptie	69
<input type="checkbox"/> Stel doelen	70
<input type="checkbox"/> Maak een checklist	71
Het verhaal van Mike Stevens	73
Hoofdstuk 5 De lancering	75
<input type="checkbox"/> Vertel een verhaal	75
<input type="checkbox"/> Betrek mensen bij je doel	77
<input type="checkbox"/> Laat het uitproberen	79
<input type="checkbox"/> Creëer de optimale omstandigheden	80
<input type="checkbox"/> Zaai veel	81
<input type="checkbox"/> Vraag mensen wat ze van plan zijn	83
<input type="checkbox"/> Beperk de keuzemogelijkheden	83
<input type="checkbox"/> Vergroot de keuzemogelijkheden	84
<input type="checkbox"/> Vraag eerst een grote, dan een kleine gunst	86
<input type="checkbox"/> Ga op zoek naar je eerste volger	87
Het verhaal van Matt Maurer	89

INHOUD

Hoofdstuk 6 Hoe overwin je weerstand?	91
❑ Waarom mensen terughoudend zijn	91
❑ Zorg voor sociale druk	93
❑ Wek de indruk van alomtegenwoordigheid	95
❑ Wek de indruk van schaarste	96
❑ Laat mensen je toverkunsten zien	98
❑ Zoek een voorbeeld	99
❑ Zoek naar overeenkomsten	101
❑ Zoek een lichtpuntje	104
❑ Plak er een etiket op	105
❑ Gebruik een dataset om een mindset te veranderen	105
❑ Vraag om hulp	107
❑ Betover alle beïnvloeders	109
❑ Frame je concurrentie	111
❑ Beheers de haptische beleving	112
❑ Denk aan Charlie	113
Het verhaal van Richard Fawal	114
Hoofdstuk 7 Hoe creëer je langdurige betovering?	115
❑ Streef naar internalisering	115
❑ Onderscheid de gelovers	117
❑ Begin onderaan	117
❑ Stimuleer intrinsieke motivatie	118
❑ Doe een beroep op wederkerigheid	120
❑ Genereer verbondenheid en consistentie	122
❑ Bouw een ecosysteem	124
❑ Zorg voor diversiteit binnen je team	128
❑ Moedig verspreiding aan	130
Het verhaal van Chris Anthony	131
Hoofdstuk 8 Hoe zet je pushtechnologieën in?	133
❑ Algemene principes	133
❑ Presentaties	136
❑ E-mail	144
❑ Twitter	147
Het verhaal van Garr Reynolds	153

Hoofdstuk 9 Hoe gebruik je pulltechnologieën?	155
<input type="checkbox"/> Websites en blogs	155
<input type="checkbox"/> Facebook	158
<input type="checkbox"/> LinkedIn	161
<input type="checkbox"/> YouTube	164
<input type="checkbox"/> Denk Japans	167
Het verhaal van Meryl K. Evans	170
Hoofdstuk 10 Hoe betover je je medewerkers?	171
<input type="checkbox"/> Zorg voor DAM	171
<input type="checkbox"/> Geef ze de mogelijkheid het juiste te doen	172
<input type="checkbox"/> Vergelijk jouw resultaten met andermans bedoelingen	173
<input type="checkbox"/> Pak eerst je eigen tekortkomingen aan	173
<input type="checkbox"/> 'Suck it up' (tanden op elkaar)	174
<input type="checkbox"/> Vraag je medewerkers niets wat je zelf niet zou doen	176
<input type="checkbox"/> Vier succes	176
<input type="checkbox"/> Zorg voor een advocaat van de duivel	178
<input type="checkbox"/> Luister naar Bob	178
<input type="checkbox"/> Laat merken dat je hen nodig hebt	180
<input type="checkbox"/> Hoe je vrijwilligers betovert	181
Het verhaal van Milene Laube Dutra	183
Hoofdstuk 11 Hoe betover je je baas?	185
<input type="checkbox"/> Zorg dat je baas het goed doet	185
<input type="checkbox"/> Laat alles vallen en doe wat de baas zegt	186
<input type="checkbox"/> Beloof weinig, presteer meer	186
<input type="checkbox"/> Laat proefballonnetjes op	187
<input type="checkbox"/> Laat zien dat je voortgang boekt	188
<input type="checkbox"/> Maak vrienden	189
<input type="checkbox"/> Vraag je baas als mentor	189
<input type="checkbox"/> Meld slecht nieuws direct	190
Het verhaal van David Stockwell	192
Hoofdstuk 12 Hoe kun je betovering weerstaan?	195
<input type="checkbox"/> Vermijd verleidelijke situaties	195
<input type="checkbox"/> Kijk ver in de toekomst	196
<input type="checkbox"/> Ken je beperkingen	196
<input type="checkbox"/> Pas op voor pseudokenmerken, -gegevens en -deskundigen	197

INHOUD

<input type="checkbox"/> Geloof niet in één voorbeeld	198
<input type="checkbox"/> Weersta de massa	199
<input type="checkbox"/> Denk terug aan eerdere beslissingen	201
<input type="checkbox"/> Laat je een beetje betoveren	202
<input type="checkbox"/> Maak een checklist	203
Het verhaal van Tibor Kruska	204
Conclusie	205
Het verhaal van Kathy Parsanko	206
GREAT-test	207
Beknopte bibliografie	213
Register	215
Over het omslag	219
Waarom er 260 mensen nodig waren om het Amerikaanse omslag te maken	219

Dankwoord

Dankbaarheid laat je het meeste uit je leven halen. Het zorgt ervoor dat we (meer dan) tevreden zijn met wat we hebben. Het verandert ontkenning in acceptatie, chaos in orde, verwarring in helderheid. Het kan van een maaltijd een feest, een huis een thuis en een vreemde een vriend maken.

– **Melody Beattie (auteur van *Codependent No More*)**

Een boek uitgeven doe je niet in je eentje. Ja, een auteur moet bloed, zweet en tranen vergieten, maar uitgeven is een lang proces. Bijna honderd mensen hebben me geholpen bij het maken dit boek en ik wil hen allemaal voor hun medewerking bedanken.

Onmisbaren: mijn vrouw, Beth Kawasaki, en mijn beste vriend, Will Mayall.

Early architects: Marylene Delbourg-Delphis en Bill Meade.

Plichtsgetrouwen: Sarah Brody, Taly Weiss, Jon Winokur, Anne Haapanen, Kate Haney, Tina Seelig, Steve Martin en Bruna Martinuzzi.

Medewerkers: Mari Smith en Greg Jarboe.

Penguin: de altijd geduldige Rick Kot, Joe Perez, Kyle Davis, Jacquelynn Burke, Allison 'Sweetness' McLean, Laura Tisdell, Gary Stimeling, Will Weisser en Adrian Zackheim.

Helpende hand: Sloan Harris.

Research: Catherine Faas.

Betatesters: Karen Lai, Alison van Diggelen, Ed Morita, Alfonso Guerra, Jim Simon, Cerise Welter, Brad Hutchings, Scott Yoshinaga, Gary Pinelli, Web Barr, Terri Lowe, Dan Agnew, Terri Mayall, Gary Pinelli, Harish Tejwani, Bill Lennan, Kelsey Hagglund, Lisa Nirelli, Matt Maurer, Tammy Cravit, Tariq Ahmad, Kip Knight, Geoff Baum, Milene Laube Dutra, Brent Kobayashi, Alex de Soto, Patricia Santhuff, Daniel Pellarini, Mitch Grisham, Stevie Goodson, Fernando Garcia, Ken Graham, Steve Asvitt, Charlotte Sturtz, Kelly Haskins, Lindsay Brechler, Shoshana Loeb, Halley Suitt, Barbara French, Zarik Boghossian, Imran Anwar, Ravit Lichtenberg en Matt Kelly.

BETOVERING

Omslag: Sarah Brody, Ade Harnusa Azril, Michael G. LaFosse, Richard Alexander, Lisa Mullinaux, Ross Kimbarovsky (en de Crowdspring-crew), Jason Wehmhoener, Jean Okimoto, Gina Poss en Marco Carbullido.

PowerPoint: Ana Frazao.

Marketing: Catri Velleman, Allen Kay en Neenz Faleafine.

Restaurant: La Tartine in Redwood City, Californië.

Muziek: Pandora's Adult Contemporary-kanaal.

Het is ontzettend onbetoverend om iemand die me heeft geholpen te vergeten, dus ik verontschuldigd me bij voorbaat voor als dat het geval is. Geef het aan me door op Guy@alltop.com, en ik zal het in volgende drukken rechtzetten.

Hoe dan ook, hier is mijn *Mahalo* (Hawaïaans voor dankjewel) aan iedereen. Zonder jullie was het niet gelukt.

Inleiding

De moeilijkheid zit hem niet in de nieuwe ideeën, maar in het ontsnappen aan de oude die – voor de meesten van ons – tot in de verste uithoeken van ons hoofd zitten.

– John Maynard Keynes

Mijn verhaal

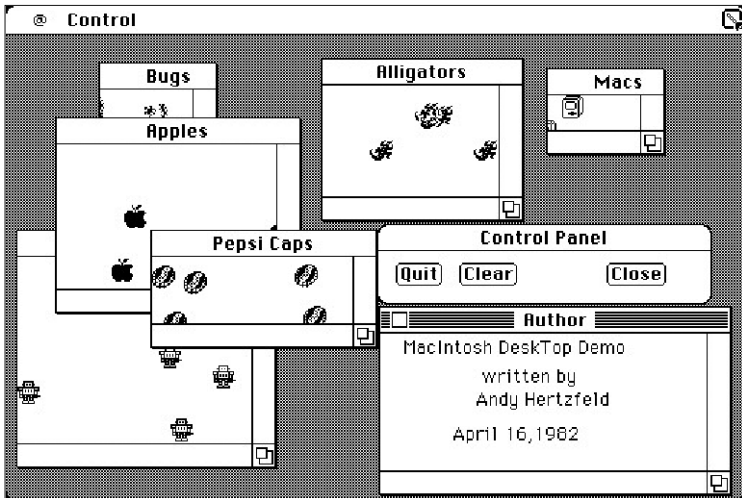
In de zomer van 1983 zag ik voor het eerst een Macintosh, zes maanden eerder dan de rest van de wereld. Mike Boich liet hem in een klein kantoorgebouw aan Bandle Drive in Cupertino, Californië, aan me zien. Boich was toen de software-evangelist van de Macintosh-divisie van Apple. Ik was een eenvoudige juwelier, die in goud en diamanten handelde voor een kleine sieradenfabrikant buiten Los Angeles. Macintosh was nog maar een gerucht. En de enige reden dat ik hem zo vroeg te zien kreeg, was omdat Boich en ik op de universiteit kamergenoten waren.

Destijds was *personal computing* een *contradictio in terminis*, want alleen bedrijven uit de Fortune 500, universiteiten en overheden beschikten over computers. Als je geluk had, had je een Apple IIe of een pc van IBM. Daarop kon je hoofdletters en kleine letters zien en over het scherm navigeren met pijltjestoetsen. De meeste mensen werkten op IBM Selectric-typemachines en de geluksvogels op een model met een lift-off-correctielint.

Mijn kennismaking met de Macintosh was het op een na meest betoverende moment van mijn leven (het meest betoverende moment was de ontmoeting met mijn vrouw). Ik kon mijn ogen niet geloven en het was alsof ik engelen hoorde zingen toen ik de Macintosh voor het eerst zag.

Laten we teruggaan in de tijd en kijken naar wat de Mac zo cool maakte. Om te beginnen kon hij bewegende graphics weergeven. Andy Hertzfeld, de *software wizard* van de Macintosh-divisie, had een programmaatje met stuiterende Pepsi-doppen geschreven om op

te scheppen over wat de Mac allemaal kon. Steve Jobs gebruikte het programma vervolgens om John Sculley, ceo van Pepsi, ervan te overtuigen bij Apple te komen werken en op te houden met het verkopen van 'suikerwater'. Deze applicatie lijkt nu heel simpel, maar destijds waren de stuijterende dopjes op het scherm iets magisch.



16

Ten tweede konden mensen met het programma MacPaint plaatjes tekenen zoals de 'houtsnede' van de geisha gemaakt door Susan Kare, de grafische ontwerper van de divisie. Toen Boich me liet zien wat je met MacPaint kon doen, sloeg mijn fantasie op hol. Voor die tijd kon je alleen maar primitieve plaatjes opgebouwd uit nummers en cijfers maken. Met een Macintosh kon je op z'n minst grafieken maken, zo niet kunst.

Boichs demo van een paar minuten maakte mij twee dingen duidelijk: in de eerste plaats dat mensen door de Mac creatiever en productiever zouden worden dan ze ooit hadden durven dromen; in de tweede plaats dat ik voor Apple wilde werken. Via Boich kreeg ik een baan bij de Macintosh-divisie. Mijn opdracht was om ontwikkelaars ervan te overtuigen om producten voor de Mac te maken. Vastberaden en vol passie probeerde ik hen net zo enthousiast te maken voor de Mac als ik was.