

## 1.4 Drie obstakels bij je professionals

In praktijk komen we drie belangrijke hindernissen tegen die inhoudelijke professionals tegenhouden om meer ondernemend gedrag te vertonen. Handig om te weten als je je mensen hierin wilt begeleiden.

Ze beginnen alle drie met de letter D:

- **Durven** (of Drempel)
- **Doen** (*wat* kan je precies doen en *hoe* doe je dat?)
- **Discipline** (of Doorzetten)

### Durven / Drempel

Het beeld van commercie, verkopen, sales en netwerken wordt door veel professionals geassocieerd met onechte interesse, mooi praterij of oppervlakkigheid. Met nare associaties als koude acquisitie, pushen en aansmeren. Dat verlamt bij het nemen van actie.

De Drempel bij woorden als Commercie, Sales of Koopsignaal is zelfs zo hevig, dat onze eigen klanten soms vragen of we het niet anders kunnen noemen. *“Anders haken ze bij voorbaat al af...”*.

Maar ook zomaar met een klant praten, als er niks concreets speelt, vinden sommige mensen al spannend. Met als gevolg dat zelfs contact houden met heel goede klanten te vaak wordt uitgesteld.

Deze drempels bij je mensen noemen we: beperkende overtuigingen. Dat zijn een soort stemmetjes in hun hoofd, een soort denkbeelden. En als je die niet serieus neemt, krijg je het dode-paarden-gevoel. Trekken helpt niet.

We gaan in het deel 5 Coach uitgebreid in op wat je kunt doen tegen deze drempels. En omdat het zo belangrijk is direct een paar tips:

- Nee is oké. De slechte naam van sales komt van pushen en recht kletsen wat krom is. Daar hebben je mensen geen zin in, en geef ze eens ongelijk. Beloof je mensen dus dat jullie niet gaan pushen. Nee is oké. Een klant in nood geen hulp bieden is natuurlijk niet oké.
- Professionals hoeven geen koude acquisitie te doen. Punt.
- Oefenen helpt. Juist als de inhoudsjunkie even de klantrrol inneemt, voelt hij dat hulp aanbieden of netwerken aan die kant van de tafel vaak gewaardeerd wordt. Terwijl het aan onze kant van de tafel vreemd voelt.

## Doen

Stel dat mensen geen last meer hebben van Durven. Dan is de vraag: “*Wat ga je dan Doen?*”. Wat zijn de beste drie manieren om de kans op een opdracht te verhogen? (Zie 3.5 Top drie zinvolle acties). En hoe doe je dat?

Als mensen niet goed weten *wat* te doen, en ook niet *hoe* ze dat precies kunnen doen, neemt de kans sterk af dat ze in actie komen. Daar ligt een taak voor de manager: help je mensen met het wat en het hoe. Meer daarover in deel 3 Choose.

Dan zijn we er nog niet, want er is nog een derde obstakel.

## Discipline (of Doorzetten)

Het vliegwiel van opdrachtverwerving en klanttevredenheid vraagt continu om kleine duwtjes om op gang te blijven. In veel gevallen ga je eerst zaaien, en daarna pas oogsten. Als je pas gaat netwerken als het water je aan de lippen staat, ben je te laat.

Op tijd je zaai-acties uitvoeren, vraagt om enige discipline en gewenning. Want het is al zo druk. En we zijn dienstverlenend, dus als er een brandje tussendoor komt, gaat dat vaak voor. Dat netwerken doen we later wel...

Daarmee zijn acties als netwerk contact vrijwel altijd belangrijk, maar meestal niet urgent. Voor je het weet wordt het netwerkuurtje dat in de agenda stond alweer overschreven door iets dringends.

Daarmee komen we op het derde obstakel: Discipline. Volharden met plezier. Zorg dat je van common sense naar common practice komt.

Daarover meer in deel 4 Check – zorg dat het gebeurt: borgen. Met onder andere het idee van Just-Do-It sessies als hulpmiddel bij gebrek aan discipline. Direct een paar uur samen doen in plaats van praten over.

## Wie van de drie?

Herken je de drie obstakels bij je mensen? En, van welke hebben jouw mensen het meest last denk je?

## Het echte werk versus de rest

Een ander dilemma waar we voor staan: Voor zijn gevoel heeft de inhoudelijke professional zijn “echte werk”. Dat doet hij in een flink aantal (declarabele) uren per week. Maar *Eigenlijk* hoort daar nog iets bij.

Hij snapt heus wel: *Eigenlijk* zou ik iets aan netwerken moeten doen. Of eens iets op LinkedIn moeten posten. Of wat vaker zomaar een klantgesprek hebben. Wat eerder over meerwerk beginnen.

Maar weet je de drie D’s nog uit het vorige hoofdstuk? Kort door de bocht: Enige koudwatervrees + Niet precies weten welke input tot het beste resultaat leidt + Volle agenda = Neiging tot *eigenlijk*.

En *eigenlijk* betekent: we zouden het wel moeten doen, maar we doen het in de praktijk toch maar niet. We stellen het nog even uit, meestal tot Sint Juttemis.

Je kunt het zo weergeven:



Het *Eigenlijk* deel is wel belangrijk, maar niet dringend. Dat maakt dat je het steeds uitstelt. Wat we graag willen is dat tenminste een deel van dat *Eigenlijk* bij het echte werk gaat horen.

Zodat het er meer als volgt uit gaat zien:



Wij hebben inmiddels een “eigenlijk” alarm ontwikkeld. Zodra we een manager horen zeggen “*eigenlijk zouden we vaker ...*” zitten we rechtop en gaan we doorvragen. Want met “eigenlijk” zegt de manager wel dat het moet, maar ook dat we het niet doen. We willen graag van “*Eigenlijk zouden we*” naar “*Wat wij altijd doen is ...*”

## Van Eigenlijk naar Werkelijk

Dat doen we in praktijk met onze WCCC checklist. Maar voordat we die presenteren eerst nog paar praktijkverhalen hoe het *niet* werkte. Want wij mogen onze neuzen natuurlijk ook graag stoten tussen de succes verhalen door.

### 3 CHOOSE - WELKE ACTIE EN DOOR WIE

In deel 2 Why heb je onder woorden gebracht waarom je ondernemend gedrag wilt stimuleren, en wat je doelen zijn. Dat heb je uitgelegd, en je hebt je mensen ook zelf laten vertellen waarom dat een goed plan is.

Als dat gelukt is, hebben je mensen en jijzelf er nu zin in. De volgende vraag is hoe je die doelen gaat halen. Wat ga je doen?

In dit deel gaat het over:

- Waarom het helpt om doelen te vertalen in gedrag, en hoe je dat kan doen.
- Welke valkuilen je daarbij wellicht tegenkomt en hoe je ze ontwijkt.
- Wie van je mensen je gaat vragen om commercieel gedrag in praktijk te brengen. Want je mensen zijn niet allemaal gelijk. Een indeling in groepen is vaak handiger dan one-size-fits-all.
- Welk specifiek gedrag helpt om bepaalde doelen te halen. We geven een overzicht van wat wij in praktijk goed zien werken.
- Een overzicht van de voorspelbare fasen in elke opdracht, en hoe je dat kan gebruiken om laaghangend fruit te plukken.
- En tot besluit een lijst met voorbeeld acties uit de praktijk.

