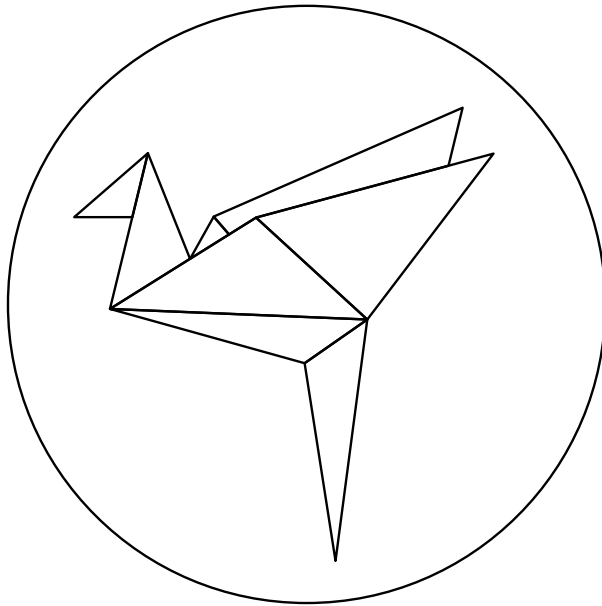


LET'S FLY!

**Maak een eenheid van je organisatie en bereik
je doelen met meer plezier en energie**



E.N.B. van Dijk

© E.N.B. van Dijk

LET'S FLY! is een uitgave van BrandForceOne B.V.

www.kraanvogelmodel.nl

Auteur en illustrator: E.N.B. van Dijk

Eindredactie: Caroline Griep, Suzanne de Boer

Vormgeving: Monique Zevenhuizen

Fotografie: Barbara Trienen Photography

Auteursfoto: Marjo Baas

Kraanvogelfoto: Alla Khananashvili

Drukwerk: Wilco Amersfoort

ISBN 978-90-833688-0-1

NUR 801, 802, 807

Eerste druk oktober 2023

Niets uit deze uitgave mag door middel van elektronische of andere middelen, met inbegrip van automatische informatiesystemen, worden gereproduceerd en/of openbaar gemaakt zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

<i>Prelude: Zo vrij als een (kraan)vogel</i>	11
1. DE KRACHT VAN EENHEID	
...en waarom die altijd in de kop begint	17
<i>Intermezzo: De geboorte van de kraanvogel</i>	29
2. DE WEERBARSTIGE PRAKTIJK	
...over niet weten waar je het moet zoeken	35
<i>Intermezzo: Wat wij van kraanvogels kunnen leren</i>	47
3. DE WEG NAAR VERANDERING	
Het Kraanvogelmodel als diagnosemodel	55
<i>Intermezzo: De symboliek van de origami kraanvogel</i>	117
4. OP KOERS KOMEN EN BLIJVEN	
Van kop tot staart aan de slag	123
<i>Intermezzo: Een moment van schoonheid</i>	209
5. VOOR NIETS GAAT DE ZON OP	
De zeven voorwaarden voor succes	215
<i>Epiloog: Voor als je weer even wilt landen</i>	221
Naslagwerk: De Kraanvogelaanpak in vogelvlucht	225
Merci à tous!	234
Inspiratielijst	239

‘There is no passion to be found
playing small - in settling for
a life that is less than the one you
are capable of living’

Nelson Mandela

PRELUDE

ZO VRIJ ALS EEN
(KRAAN)VOGEL

Toen ik een jaar of twaalf was, mocht ik van mijn vader van zijn spaarpunten iets uitzoeken in de shop van het tankstation. Ik koos een zilveren kettinghanger in de vorm van een zwaluw. Ik zie hem nog zo voor me.

Ik denk dat mijn voorliefde voor vogels toen is begonnen. Onbewust omring ik me sindsdien namelijk met alles wat vliegt. Mijn dochter heet Merel, mijn bedrijf BrandForceOne (naar het Amerikaanse presidentiële vliegtuig) en het appartementencomplex waar ik woon De Ravenhorst. Misschien lijk ik ook wel een beetje op een vogel, want als ik mijn lange armen spreid, heb ik een enorme spanwijdte. Door mijn lange vingers doen mijn handen zelfs denken aan kraaienpoten. Bovendien kraam ik om de haverklap vogeltaal uit: 'Hoe zullen we het aanvliegen?' 'Laat ik m'n snavel nu eens houden, hoe gaat het met jou?'

Wat ik zo mooi vind aan vogels, is hun magische vaardigheid om intuïtief hun weg te vinden. Ze staan voor vrijheid, doelgerichtheid en effectiviteit. Ik vind ze ambitieus; wat er ook gebeurt, ze doen hun ding. Ze stellen een doel en gaan ertoe. Het zijn hoogvliegers, die vanuit de lucht alles overzien. Daarom heb ik een vogeltje op mijn pols laten tatoeëren. Het herinnert mij aan wie ik wil zijn: een vrije vogel die haar eigen weg gaat om haar doelen te bereiken.

Achteraf bezien is het dan ook heel natuurlijk dat het transformatiemodel dat ik heb ontwikkeld is geïnspireerd op een vogel. Ik kwam erop toen ik voor mijn bedrijf op zoek was naar een beeldmerk. Al associërend op het vliegthema googelde ik naar plaatjes voor op mijn moodboard. Daar stond hij ineens: de origami kraanvogel.

De origami kraanvogel staat voor mij voor vrijheid én structuur. Twee dingen die onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn en een belangrijke rol spelen in het Kraanvogelmodel. Beide heb je nodig om je ambities te realiseren. Structuur geeft grip op wat je aan het doen bent. Die geeft rust en maakt je handen vrij voor wat echt belangrijk is. Vrijheid laat ruimte voor groei en ontdekking, maar heeft ook grenzen nodig zodat je niet afdwaalt van waar je naartoe wilt. Het Kraanvogel-

model helpt je je organisatie zo in te richten dat beide elementen aanwezig zijn.

Zeker als het aantal mensen met wie je samenwerkt toeneemt, worden vrijheid en structuur steeds belangrijker. Want als iedereen in alle vrijheid maar wat doet, kun je overal en nergens aankomen. En als mensen niet autonoom, dus zonder dat jij er de hele tijd naast staat, kunnen bijdragen aan waar je naartoe wilt, word je als collectief nooit écht slagvaardig. Dan blijft groei hangen aan één of twee personen en wordt één plus één nooit drie. Dan wordt je organisatie nooit een sneeuwbal die al rollend 'als vanzelf' steeds groter wordt. En dan kan het maar zo zijn dat je ideeën ideeën blijven, je plannen plannen en je mooie ambities holle frasen.

Dat geldt ook voor mij. Mijn bedrijf is voor mij een vehikel om mijzelf en anderen te ontwikkelen, eruit te halen wat erin zit en de wereld vanuit mijn eigen kijk een beetje mooier, beter of leuker te maken. Die continue groei is mijn drive, ook richting degenen voor wie ik werk: organisaties met de wens om een bepaalde positie in de markt te verwerven. Ik help ze de ontwikkelingslagen te maken die daarvoor nodig zijn en hun potentieel ten volste te benutten. Niet alleen van de organisatie als geheel, maar ook van de mensen die er werken. En daarmee wil ik zo veel mogelijk mensen en organisaties bereiken, zo bedacht ik een aantal jaren geleden.

Om hierin op weg te komen moesten er dingen anders. Ten eerste: mijn aanpak, want met de een-op-eenbenadering van mijn bedrijf alleen, kon ik maximaal vijf organisaties tegelijk bedienen. Daarmee ging ik het niet redden. En zolang ik zelf continu betrokken bleef bij alles wat er speelde, had ik mijn handen niet vrij om met mijn ideeën voor verandering en groei aan de slag te gaan, waaronder het schrijven van dit boek.

Ik richtte mijn dienstverlening daarom zo in dat ik meer rust heb in mijn agenda, stopte met activiteiten die me energie kostten en niet verder brachten, en verzamelde mensen om me heen met de juiste expertise en (soms ook letterlijk) hetzelfde DNA, waardoor ik dingen kan loslaten en ik zonder duwen en trekken tot resultaten kom.

Mijn échte succes hangt echter niet af van wat ik doe en bedenken, maar van de mate waarin ik anderen daarin weet mee te nemen. Want zolang ‘mijn’ marketeer (die ook mijn zusje is) niet begrijpt wat ik wil bereiken, kan zij nooit een plan maken óm het te bereiken. En als jij als lezer niet gelooft in mijn aanpak, ga je er niets mee doen. Dan is mijn missie niet geslaagd. Het meenemen van anderen in waar je naartoe wilt is daarom een speerpunt in de Kraanvogelaanpak.

Zoals je verderop in dit boek zult lezen staat de échte kraanvogel voor geluk en gezondheid. Dat is ook het doel van het werken met het Kraanvogelmodel: een gezond en gelukkig leven voor je organisatie. Wat dat is, is voor elke organisatie anders. De weg ernaartoe is wat mij betreft echter altijd dezelfde: jezelf kennen, keuzes maken en daarnaar handelen.

Het Kraanvogelmodel helpt je bepalen wat er bij jouw organisatie nodig is om op koers te komen richting dat geluk en geeft je een aanpak om vanuit te werken. Want bovenal is dit een doe-boek; niet met inzicht maar met actie ga je de wereld en jouw wereld veranderen. Als kind uit een ondernemersnest stel ik dan ook voor: laten we niet alleen lullen, maar vooral ook poetsen.

In Japan zeggen ze dat wanneer je in één jaar duizend origami kraanvogels vouwt, je wensen uitkomen. Mijn wens is dat je met jouw organisatie uitgroeit tot een gestroomlijnde eenheid die, wat er ook gebeurt, met energie en plezier koers weet te houden richting het waarmaken van haar ambities.

Ik heb goede hoop dat mijn wens uitkomt. Niet alleen omdat ik heb geprobeerd dit boek zo leuk en praktisch te maken dat je er daadwerkelijk mee aan de slag gaat. Maar ook omdat ik voor elk exemplaar van deze eerste druk een kraanvogel heb gevouwen.

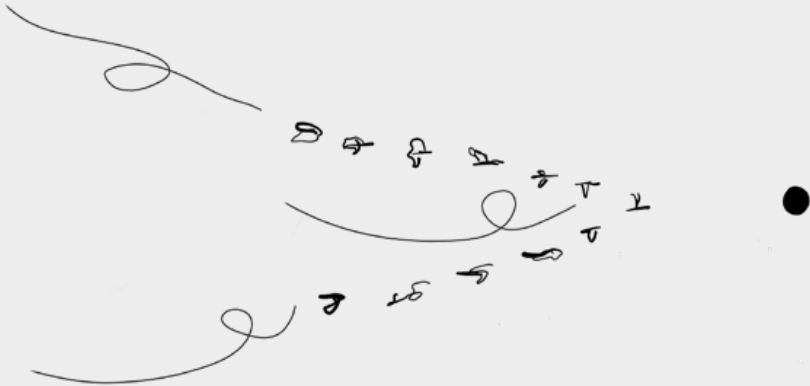
Let's fly!

Ellen

HOOFDSTUK 1

DE KRACHT VAN EENHEID

...en waarom die altijd in de kop begint



‘Waar begin je aan?’ vraagt hij, terwijl hij een hap van zijn broodje neemt. ‘Waarom voor MKB-bedrijven? Dat is zo onprofessioneel allemaal. En ondernemers zijn zo eigenwijs en doen toch precies waar ze zin in hebben.’

In een broodjeszaak om de hoek bij zijn bedrijf lunch ik met Kees, die een IT-bedrijf heeft met ongeveer 120 medewerkers. Ik wil weten wat hij vindt van mijn idee om een handboek te schrijven waarmee ondernemers hun bedrijf strategischer, en dus met oog op de lange termijn, kunnen laten werken. Dat lijkt mij namelijk geen overbodige luxe in een wereld waarin de wind continu uit een andere hoek waait, en je - voor je het weet - met alle winden aan het meewaaien bent.

‘Mooi, leuk,’ zegt Kees terwijl hij nog eens in zijn broodje hapt. ‘Ik koop wel een boek van je, maar ik ga het niet lezen en ook niet gebruiken. Ik heb al zo veel managementboeken op de plank staan. Als ik ze al lees, ga ik daarna weer over tot de orde van de dag. Ik heb trouwens zelf vaak genoeg strategische sessies met mijn managementteam gedaan. Na drie keer denk ik: genoeg gepraat! Hup, nu weer aan het werk. En wil ik iets met marketing of organisatie, dan heb ik daar mensen voor of huur ik ze wel in. Dat hoef ik niet allemaal zelf te weten. Schrijf maar een boek voor mijn marketeers of mijn hr-manager, daar heb ik meer aan.’

Wacht even. Heeft Kees nu net de reden waarom ik dit boek wil schrijven compleet onderuitgehaald? Want als hij al niet het nut inziet van het zelf strategisch op koers kunnen brengen en houden van zijn bedrijf, voor wie schrijf ik dit dan?

Dit moet ik even laten bezinken.

Ergens ben ik het wel met Kees eens. Hij hoeft natuurlijk niet alles zelf te weten of te kunnen om zijn bedrijf strategischer te laten werken. Hij heeft mensen om zaken voor hem op te pakken. En heeft hij ze niet, dan kan hij ze aannemen of inhuren.

**Zonder jouw
‘directie’ komen
je mensen niet
verder met jouw
ideeën, en jij dus
ook niet**
