

HELEMAAL TOP

Jancees van Westering (JeCe) is coach, publicist en cartoonist. Als gesprekspartner voor professionals, bestuurders en managers legt hij zich toe op vragen op het gebied van identiteit, verandering en zelfvertrouwen. Sinds 2013 is hij certified OBM practitioner. U kunt hem bereiken via www.storyfinding.com

HELEMAAL TOP,
maar het kan
nog beter

JECE

SCRIPTUM

© 2018 Jancees van Westering

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/ of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm, geluidsband, elektronisch of op welke andere wijze ook en evenmin in een retrieval system worden opgeslagen zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

ISBN 978 94 6319 142 5 / NUR 801

'Soft is the new strong'

– tv-spot Eric Bompard, Cachemire

OM TE BEGINNEN

Waarom word je zo boos – of zelfs bang – wanneer iemand je afzeikt en zo blij als je een *like* op Facebook, een hartje op Instagram of een retweet op Twitter krijgt? Is dat normaal? Dagelijks worden miljoenen mensen boos of bang omdat ze geen of onvoldoende waardering krijgen. Hoe zorg je ervoor dat er meer en beter wordt gewaardeerd? En betekent dat dan dat je kritiek maar beter kunt inslikken?

Nieuwsgierigheid naar het antwoord vormt de drijfveer voor dit boek: een zoektocht naar de impact van een duim omhoog of een duim naar beneden.

Het gaat iedereen aan, want iedereen krijgt met kritiek en waardering te maken. Toch richt ik mij in het bijzonder op de werkvloer: professionals, medewerkers, managers, directeuren, bestuurders en toezichthouders. Zij staan bij uitstek voor de uitdaging om het beste uit zichzelf en anderen te halen.

Het boek bestaat uit 27 korte hoofdstukken die elk een aspect van waardering belichten: met praktijkerva-

ringen, open deuren, nieuwe inzichten, inhoudelijke kanttekeningen en een illustratieve quote.

Waardering en opbouwende kritiek staan voor veiligheid, zelfvertrouwen en verbinding. Veiligheid, zelfvertrouwen en verbinding staan voor minder stress, beter samenwerken en plezier in presteren. Ik verleid mijn lezers graag om bewust(er) – en waar nodig beter – om te gaan met kritiek en waardering!

INHOUDSOPGAVE

Om te beginnen 7

DEEL I WAAR GAAT DIT OVER?

1 Klantenservice	13
2 Normaal?!	17
3 Help, ik heb waardering nodig!	22
4 Ha, ik heb waardering nodig!	28
5 Welkom of wegwezen	33
6 Klantvriendelijk	36
7 Digitale waardering	43
8 Gemiste kansen	47

DEEL II DE WET VAN DE DUIM

9 'Fijn dat je er bent'	53
10 'Goed gedaan!'	59
11 Niet goed gedaan	64
12 Een veelbelovend duo	71

13	De wet van de duim	76
14	Waarderingscrisis	80
15	Geblokkeerde waardering	85
16	De parkiet in de kooi	91
17	Wie waardeert wie?	96

DEEL III WAT KAN IK HIERMEE?

18	Interessant allemaal, maar...	103
19	Op zoek naar zelfkennis	107
20	Hoe werkt het bij mij?	112
21	Van theorie naar praktijk	117
22	Waarderen & presteren	122
23	Kwaliteit van waardering	127
24	Geniet ervan, maar met mate	133
25	Waarderingsklimaat	139
26	Hoe overleef ik afzeiken?	146
27	Zelfwaardering	152

Tot besluit 158

Literatuur 160

DEEL I

WAAR GAAT DIT OVER?

KLANTENSERVICE

Waarin de schrijver nogal indringend wordt geconfronteerd met een duim naar beneden. En met zijn reactie daarop.

Omdat een belangrijke afspraak wordt verschoven, moet ik opeens twee vliegreizen omboeken. Ik bel daarom de Klantenservice van de luchtvaartmaatschappij. Na een keuzemenu krijg ik een medewerkster aan de lijn. Als ik begin uit te leggen dat ik van vlucht wil veranderen, word ik meteen onderbroken door de vraag:

‘Wat is uw reserveringscode?’

Ze vraagt het op een toon alsof ze liever niet gestoord wil worden. Ik signaleer bij mijzelf een lichte irritatie, maar lees niettemin braaf de code op die in mijn agenda staat. Hij eindigt met een nul, die ook de letter O zou kunnen zijn.

‘Die code klopt niet! En zonder code kan ik uw vlucht niet wijzigen,’ klinkt het vinnig. Ik voel me een schooljongen die een slechte beurt maakt en stamel: ‘Misschien moet die nul op het eind wel een O zijn.’

Het blijft even stil, voordat ze reageert:

‘Logisch. Als u van een O een nul maakt, kan ik u niet vinden! Wanneer wilt u precies vliegen?’

‘De twintigste.’

‘De twintigste van wát?’

Ik noem de juiste maand en merk dat ik mij niet alleen steeds kleiner voel, maar ook boos begin te worden. Het tijdstip van de nieuwe vlucht wordt vastgesteld en vervolgens doorloop ik de procedure om het verschuldigde bedrag over te maken. Ik struikel nog een paar keer over mijn woorden, maar uiteindelijk zijn we er toch doorheen.

‘Is dit alles?’, vraagt ze.

‘Dit is alles’, antwoord ik en dan barst er een lawine los: ‘Wie is hier verdomme eigenlijk de klant?! Ik hoop dat dit gesprek wordt opgenomen en dat u er problemen mee krijgt! Dit is toch geen manier om iemand te woord te staan!’

Zonder het antwoord af te wachten smijt ik de hoorn op de haak. Vervolgens zit ik met een rood hoofd tegen een zwijgende telefoon aan te kijken en besef dat ik nog een *tweede* vliegreis om moet boeken.

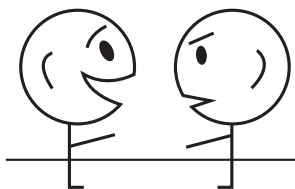
Ik bel opnieuw de Klantenservice, maar kies uit voorzorg voor de Franse taal om te voorkomen dat ik dezelfde medewerkster aan de lijn krijg. Het is een man deze keer, die vriendelijk vraagt waarmee hij mij kan helpen. Ik vertel hem dat ik een vliegreis wil wijzigen.

‘Prima!’ luidt zijn reactie, ‘En mag ik weten om welke vlucht het gaat?’ Ik geef hem mijn reserveringsnummer.

‘Heel goed, en kunt u mij vertellen wat de nieuwe datum is?’

**Ik wil
waardering!**

**Maar die geef
ik je niet!**



Zo gaat het verder: ik geef hem een datum en de nodige cijfers en letters, hij reageert met ‘prima!’ en ‘heel goed!’ en voor we het weten is alles geregeld. Met een hartelijk ‘Bonne journée!’ nemen we afscheid.

Ik blijf in verwarring achter: Hoe kan ik mij zo van mijn stuk laten brengen als ik word afgekat en zo blij – en effectief! – reageren wanneer ik op ‘prima!’ en ‘heel goed!’ wordt getrakteerd? Is dat wel normaal?

NORMAAL?!

Waarin duidelijk wordt wat bij het verlangen naar waardering wel en niet normaal is. En dat de meeste mensen gevoelig zijn voor wat anderen van ze vinden.

Het vraagstuk wat normaal en niet normaal is, is voer voor psychologen. Ik besluit mijn collega Suzanne Hoogland te raadplegen. Suzanne is psycholoog, docent en organisatieadviseur. Ze verstaat haar vak en vindt het leuk om kennis te delen.

Ik vertel wat mij is overkomen en het wordt snel duidelijk wat zij ervan vindt: ‘Volgens mij ben je best normaal,’ concludeert ze, ‘al vind ik je boosheid wat overdreven. Je had ook kunnen bedenken dat die vrouw gewoon haar dag niet had.’

Dat vind ik achteraf ook, maar op het moment zelf voelde ik mij teveel in het nauw gedreven om mij in haar te verplaatsen. Intussen blijf ik verbaasd over de emoties die het voorval bij mij losmaakte. Is het gevoel gewaardeerd te worden dan zó belangrijk?

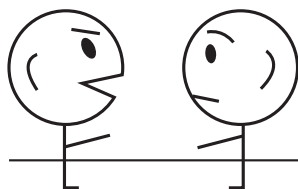
‘Mensen zijn sociale wezens,’ vervolgt Suzanne, ‘dat betekent dat je signalen van anderen nodig hebt, die erop wijzen dat je welkom bent. Op die manier bouw je zelfvertrouwen op. Zonder een minimum aan zelfver-

trouwen valt niet te leven. Daarom zijn we zo gevoelig voor wat anderen van ons vinden. Wie veel waardering oogst heeft weinig te vrezen. Wie *niet* wordt gewaardeerd loopt het risico dat hij uit de groep wordt gegooid.' De bevestiging 'dat je er mag zijn' heeft dus alles te maken met onze behoefte aan veiligheid.

'Wat bij afhankelijkheid van waardering niet normaal is, zijn de uitersten. Bijvoorbeeld wanneer je verslaafd bent aan applaus en compleet in de war raakt door alles wat maar in de verste verte op kritiek lijkt. De één gaat dan om bevestiging smeken, de ander probeert het af te dwingen – al dan niet met grof geweld. In essentie is zo iemand voortdurend bezig om een hofhouding van bewonderaars en jaknikkers om zich heen te verzamelen. Wie het spel meespeelt is welkom; wie niet meedoet wordt aangevallen of verjaagd. Wil je er een etiket op plakken, dan zou ik zeggen: een uit de hand gelopen vorm van narcisme.'

Het doet me denken aan een van mijn bazen die er telkens een ander 'vriendje' op nahield: een jonge stafmedewerker die bereid bleek om hem geweldig te vinden en als compensatie in een hogere salarisschaal terecht kwam; of aan de kunstschilder Michael die zich omringde met bewonderaars: je was welkom op zijn landgoed, mocht zwemmen in zijn zwembad en aanzitten bij zijn diners als je maar bereid was om hem als stralend middelpunt te aanbidden...

**Zolang jij bravo
roept, haal ik alles
voor je uit de kast!**



Een tweede uiterste zijn de psychopathische types, die geen gevoel kunnen opbrengen voor een ander. Zij ervaren waardering – of gebrek aan waardering – puur *strategisch* en zijn uitsluitend geïnteresseerd in de vraag wat het meeste invloed oplevert. Suzanne: ‘En wat best verwarrend is: deze types kunnen gul met complimenten strooien: maar dat doen ze alléén omdat ze denken dat ze op die manier dichter bij hun doel komen...’

VEILIGHEID

Op internet is een bonte verzameling artikelen en onderzoeksverslagen over veiligheid en zelfvertrouwen te vinden, waarbij de opvoeding van jonge kinderen centraal staat. Fysieke nabijheid (van de moeder) en de boodschap dat je welkom bent, blijken de belangrijkste bouwstenen voor een positief zelfbeeld en gevoel van veiligheid.

NARCISME

Eén procent van de bevolking lijdt aan een narcistische persoonlijkheidsstoornis (NPS). De oorzaak ligt aan een combinatie van factoren: genetisch, vroege jeugdervaringen (zoals een trauma), verwaarlozing of kritiekloze bewondering. De paradox van narcisme is dat een laag zelfbeeld wordt gecompenseerd door overdreven zelfingenomenheid. Narcisme grijpt tegenwoordig als een epidemie steeds verder om zich heen.

PSYCHOPAAT

Een psychopaat is een asociale persoonlijkheid die anderen als vijand ziet en anderen daarom klein wil houden of zelfs uit wil schakelen. Een psychopathische persoonlijkheid is niet in staat om anderen oprecht te waarderen.