



# Hondenbrokken, kuddegedrag en Vibe management!

## Do you feel the vibes?

*Het kantoorconcept is niet mee geëvolueerd met de ontwikkelingen van de afgelopen jaren. Natuurlijk zijn er nieuwe kantoorconcepten ontstaan, maar deze worden veelal verkocht aan de medewerkers en zijn ontsproten uit kuddegedrag. Het is maar een voorbeeld van hoe een organisatie trends implementeert met een nihil resultaat. Met Vibe management kan een organisatie doelen, inspanningen en middelen samenhangend besturen en op elkaar afstemmen.*

TEKST: SVEN DEKKER EN SABINE VAN DER WIJDEN

Laten wij het niet onder stoelen of banken steken, wij zijn een absolute fan van Jos Burgers, auteur van diverse bestsellers en veelgevraagd spreker. Recent hebben wij in één adem zijn boek 'Hondenbrokken' gelezen, het best verkochte management boek van 2009. Op treffende wijze neemt hij de lezer mee door de wereld van het verkopen van hondenbrokken tot het helpen van klanten. Aan het einde van het boek is de lezer thuis in de vijf B's van klantvriendelijkheid en de vijf wetten van klantgerichtheid. Je kunt een klant namelijk zeer vriendelijk behandelen en toch niet helpen, en omgekeerd. In beide gevallen zal dit leiden tot het verlies van klanten. Facilitaire dienstverlening bestaat bij de gratie van klanten, immers als er geen klanten zijn, zijn er ook geen afnemers van onze huisvesting, diensten en middelen. Anno 2010 domineren trends als Het Nieuwe Werken, duurzaamheid, outsourcing, regieorganisatie, kostenbeheersing de facilitaire wereld. Het googlen op de term 'Het Nieuwe Werken', levert binnen 0,14 seconden 4.040.000 hits op. Duurzaamheid binnen 0,15 seconden 1.240.000 hits, outsourcing 0,18 seconden 26.300.000 hits. De winkel is dus groot, er zijn dus veel, heel

veel hondenbrokken te koop. De genoemde trends domineren ook ieder zichzelf respecterend blad of congres en is zodoende medebepalend voor de agenda van menig facility manager.

Wat gaat er nu fout? Juist, kuddegedrag! Mensen hebben de neiging elkaar te imiteren. Meelopen met de kudde geeft een veilig gevoel. Vaak leidt het tot meer van hetzelfde. Het is een vals gevoel van veiligheid. Zo is ook ons koopgedrag. De meeste mensen zoeken zekerheid. Zakelijk gezien wordt deze zekerheid vaak gezocht onder de noemer van 'best

practices', echter 'best practice' is niet hetzelfde als de beste strategie!

### Praktijkvoorbeeld Het Nieuwe Werken

De mens is de afgelopen jaren nogal geëvolueerd, waar we vroeger in holen en grotten woonden, wonen we nu in een huis, als we achter de voordeur zijn, blijkt ook nog eens geen enkel huis hetzelfde te zijn. Saillant detail: in het merendeel van de gevallen slaapt de man nog steeds aan de kant van de slaapkamer waar de deur zit en de vrouw aan de andere kant, de man moet immers de grotopening bewaken. Werken betekende vroeger op jacht gaan om te zorgen voor voldoende voedsel. Voor vervoer waren we aangewezen op de benenwagen, later kwamen er de transportdieren en -wagens. Stelt u zich eens voor dat uw medewerker anno 2010 's ochtends uit zijn grot kruipt, en gewapend met bijl en speer op kantoor komt. Natuurlijk dit voorbeeld is lachwekkend, maar illustreert ook de veranderingen van de afgelopen jaren. Het Nieuwe Werken is zo'n voorbeeld, het is dus louter een evolutionair verschijnsel. Het merendeel van de huidige kantoorvoorraad is verouderd voor wat betreft het kan-



De auteurs Sven Dekker en Sabine van der Wijden zijn beiden eigenaar van het gelijknamige bureau Sven en Sabine consultancy in practice. Voor reacties: [info@svenensabine.nl](mailto:info@svenensabine.nl)

toorconcept. Metingen geven aan dat bezetting en benutting van de werkplek amper boven de 50 procent komt, met andere woorden; het kantoorconcept is dus niet mee geëvolueerd aan de ontwikkelingen van de afgelopen jaren. Steeds meer organisaties ontdekken de mis-match tussen de manier van werken en de geboden faciliteiten. Aangestoken door de vele publicaties, de hoeveelheid informatie op internet en het hiervoor beschreven kuddegedrag, stort menig facility manager zich op Het Nieuwe Werken (dit geldt overigens voor alle genoemde trends). Doelstellingen zijn snel geformuleerd, iedereen moet anytime, anyplace, anywhere, 24/7 kunnen werken. De etalage is groot, 4.040.000 hits in 0,14 seconden, al snel hebben we dus nieuwe hondenbrokken gevonden die we aan de man gaan brengen. De fout die gemaakt wordt, is dezelfde fout als de problematiek van de dierenwinkel uit het genoemde boek, wij helpen geen klanten, nee, wij verkopen Het Nieuwe Werken zonder ons af te vragen waar onze klanten nu echt behoefte aan hebben. De kans is dus groot dat er na implementatie wederom een mis-match gaat ontstaan tussen organisatiedoelstellingen enerzijds en klantwensen anderzijds, de gewenste energie gaat dus niet stromen, eindresultaat: geen positive Vibes!

### Vibe management

Vibe management laat zich moeilijk vertalen, maar de lezer heeft er neem ik aan gelijk een gevoel bij: do you feel the Vibes? Een organisatie wil iets bereiken en heeft daarvoor mensen en middelen nodig. Winst is immers: omzet -/ - kosten. Maar het creëren van genoemde elementen wil nog niet zeggen dat het gaat werken. Waar een organisatie voor staat en gaat noemen we visie en missie. Hoe deze doelen te bereiken, is de te volgen strategie en stafafdelingen formuleren en implementeren het te voeren beleid en toch werkt het niet. Ontbrekende schakel in het geheel is dat er geen verbinding is en er dus een grote kans bestaat dat geformuleerde doelen niet gehaald worden. Met Vibe management kan een organisatie doelen, inspanningen en middelen samenhangend besturen en op elkaar afstemmen.

Door de krachten van de stafafdelingen te bundelen, juist op die onderdelen waar een overlap zit in de strategische doelen ontstaat er meerwaarde en ontstaat er onderlinge samenhang. De volgorde van dit proces, het bundelen van krachten en het zorgen dat het echt gaat wer-

ken met de strategie als uitgangspunt noemen we Vibe management. In een restaurant kunnen we eten. Het zorgen voor de benodigde faciliteiten en het opstellen van een mooie menukaart lijkt makkelijk, maar hoe zorgen we dat het een druk bezochte tent wordt? Het antwoord is Vibe management. Mensen komen namelijk niet alleen voor eten, mensen willen een avond genieten, in een ontspannen sfeer een avond ontzorgd worden. Hoe dit te bereiken, ogenschijnlijk simpel, door bundeling van krachten, door je klanten te vragen wat ze echt willen en medewerkers hierin te betrekken, te enthousiasmeren en te inspireren immers: if work is a pleasure, life is a joy!

### Strategische benadering

Vibe management is een strategische benadering voor organisaties en huisvestingsvraagstukken, waarbij de strategie als uitgangspunt dient en wij gezamenlijk met uw mensen zorgen dat het er komt en dat het werkt! Een van de belangrijkste vragen hierin is: waarom? De meeste organisaties zijn nog traditioneel ingericht en niet

klaar voor de uitdagingen van morgen, deze organisaties delen zich op in afdelingen met ieder een eigen subdoel. Echter, juist door deze afdelingen meer te verbinden, blijkt dat er een grote overlap zit in de doelstellingen van deze afdelingen waar ieder vanuit zijn eigen kennis en per-

spectief toegevoegde waarde heeft. Een samenwerking op gezamenlijke doelen biedt een ontwikkeling vanuit meerdere perspectieven. Kortom in traditionele organisaties worden nog enorm veel hondenbrokken verkocht.

### Verkeerde conditionering

Dat de meeste bedrijven moeite hebben doelstellingen te verwezenlijken, heeft te maken met verkeerde conditionering. Wij leren al vroeg dat alles op een bepaalde manier moet gebeuren, zodat we ons later niet meer afvragen of dat wel de beste manier is. Door deze vanzelfsprekendheid los te laten en veel zaken in twijfel te trekken ontstaat er ruimte voor vernieuwing. Door mensen de ruimte te geven en krachten te bundelen, ontstaat er ruimte voor deze vernieuwing. Uw klant, medewerker en gebruiker heeft vijf zintuigen. Hoeveel zintuigen prikkelt u bij deze mensen? Beseft u dat een huisvesting waarin u een look en feel heeft toegepast vanuit vijf zintuigen niet alleen een facilitaire win is, maar ook een win is voor bijvoorbeeld HR? Een juiste huisvesting levert gemotiveerde, gezonde medewerkers. Dit scheelt in het ziekteverzuim, maar levert u ook als resultaat dat medewerkers het fijn vinden voor u te werken en dat nieuw personeel zich aanmeldt in plaats van dat u hiervoor moet werven. Tijdens de vernieuwingslag bent u in staat om de ultieme beleving te creëren waarin strategie, imago en identiteit één zijn rondom uw organisatie, product of dienst om zo eenieder (gebruikers en klanten) te binden en te boeien aan uw organisatie. Vibe management, good vibes for you!

## Uw klant heeft vijf zintuigen. Hoeveel zintuigen prikkelt u bij deze mensen?

### STELLING

Het facilitair bedrijf heeft pas echt toegevoegde waarde als het inspelt op de behoefte van de gebruikers door samen te werken met HR, ICT, marketing en communicatie en door in te spelen op een bewuste beleving middels de vijf zintuigen van de gebruiker.

- Reageer op: [www.facilitymanagementplatform.nl](http://www.facilitymanagementplatform.nl)