



Eén goede vraag is het hart van elke goede organisatie

Paul Hughes - Ten Meters of Thinking

“Wanneer je maar één vraag kunt stellen, welke is dat dan? Het vinden van de juiste vraag levert duizend antwoorden op en door hem te blijven stellen is het mogelijk een nieuwe zakelijke manier van denken te creëren. Uitblinken in innovatie, bedrijfsvoering en technologie is niet genoeg. Een organisatie moet de gave hebben haar kernvraag bij herhaling te stellen om daarmee richting te geven aan leiderschap, innovatie te voeden en communicatie te inspireren”, zegt Paul Hughes.

Efficiëntie is de kern van de Formule 1 en – dat zal geen verrassing zijn – een van de belangrijkste strategieën binnen deze tak van sport. Een van de teamleiders van de Formule 1 werd beroemd door de vasthoudendheid waarmee hij één specifieke vraag bleef stellen. Telkens wanneer hij een beslissing moest nemen, vroeg hij: “Gaat de auto er sneller door rijden?”. Elke keer dat de leden van het technische team hem vroegen of ze iets konden doen, vroeg hij: “Gaat de auto er sneller door rijden?” Als het antwoord ja was, konden ze hun gang gaan. Als het antwoord nee was niet. Hetzelfde gold voor alle mogelijke vragen over investeringen, tijdbeheer en het stellen van prioriteiten. Een simpele vraag kan de bedrijfsvoering richting geven en tegelijk iedereen herinneren aan de belangrijkste visie van de organisatie.

Paul Hughes gelooft dat een goede vraag het hart vormt van elke goede, succesvolle organisatie. De beste leiders weten volgens hem bovendien dat het vinden van de juiste vraag hun eerste taak is en het blijven stellen daarvan hun tweede. Hoewel de complexiteit van de meeste organisaties als het ware vraagt om het stellen van een heleboel vragen, is er altijd één vraag waar alle andere omheen draaien. Vind die leidende vraag en, in veel

gevallen, het antwoord.

Daarom vraagt Paul Hughes als hij contact heeft met bedrijven: “Wat is uw Formule 1-vraag?”

“Behalve uitblinken in innovatie, bedrijfsvoering en technologie is niet voldoende, hebben succesvolle organisaties als belangrijkste eigenschap dat ze de juiste vraag kunnen stellen. Door dat te doen geven ze richting aan leiderschap, voeden ze innovatie en inspireren ze communicatie.

Uiteindelijk creëert deze vraag een nieuwe bedrijfsmatige manier van denken, die de toekomst met veerkracht tegemoet treedt”, zegt Paul Hughes.

Paul geeft al meer dan 20 jaar openbare lezingen ter ondersteuning van zijn beweging die een nieuwe definitie van succes heeft geïntroduceerd: een mentaliteit die is gebouwd op de drie-eenheid leiderschap, innovatie en communicatie. Deze tijdloze trilogie past hij op het goede moment toe door het stellen van de juiste vragen.

Paul Hughes is opgegroeid in Dublin, Ierland, en woont in Amsterdam. Hij is een echte Ierse verhalenverteller, die een lange traditie op zijn eigen unieke manier voortzet. Om het ingewikkelde helder te maken maakt



hij ter plekke tekeningen die zijn woorden illustreren. “Een uitstekende lezing is zo duidelijk als een plaatjesboek. Daarom maak en onthul ik tekeningen terwijl ik spreek”, aldus Paul Hughes.

Deze meeslepende formule ontvouwt zich op een stuk papier van tien meter lang. ‘Ten Meters of Thinking’ is ontwikkeld om het publiek heel direct bij de lezing te betrekken. Door ter plaatse te tekenen ontstaat een unieke ervaring en raakt het publiek geboeid door de ‘onthulling’ van de inhoud. De kijker blijft zich afvragen wat het volgende plaatje zal laten zien, terwijl Paul Hughes de tien meter papier verder invult. Het ‘live’ tekenen vergroot het begrip. Door de concepten een voor een te onthullen wordt de kijker stap voor stap meegenomen door de inhoud. De voorstelling ‘Ten Meters of Thinking’ helpt organisaties nieuwe denkwijzen te creëren door het vinden van de unieke vraag die centraal staat bij alles dat ze doen. 🎓

