

Anders denken, anders doen

Ik wordt regelmatig bij bedrijven of organisaties geroepen waar men de weg een beetje kwijt is.er is een goed product, medewerkers en management zijn best ok, maar toch is het allemaal aan het vastlopen. Het lijkt wel alsof de energie uit de organisatie loopt, alsof men elkaar niet meer begrijpt en niet meer weet waar het allemaal heen moet. De vaart is er uit en langdurig succesvol groeien lijkt al helemaal een brug te ver.

Niet zo verwonderlijk eigenlijk, want de wereld verkeerd in een staat van permanente chaos: veranderingen volgen elkaar razendsnel op en ondernemers, management teams en medewerkers zwoegen om het moordende tempo bij te houden, om 'te zien en te begrijpen wat er gebeurt' en om binnen al deze veranderingen de juiste beslissingen te nemen.

De rol van het management is daarbij duidelijk aan het veranderen – was een manager vroeger nog enigszins te vergelijken met de kapitein van een cruiseboot die keurig zijn uitgestippelde route volgde ('plan your work and work your plan'), tegenwoordig zijn managers veel meer te vergelijken met taxichauffeurs in New York; je weet waar je heen moet maar hebt nog geen idee over de exacte route, want de stad is een chaos. Overal kunnen opbrekingen, stoplichten of ongelukken opduiken. Je moet dus goed kijken, voortdurend alert zijn, vooruitdenken, veel bijsturen en gedoseerd gas geven en afremmen.

Geen wonder dat in deze chaotische wereld veel medewerkers niet (meer) begrijpen wat hun rol is, wat er van ze verwacht wordt en waar het bedrijf voor staat en waar het heen wil. Diverse recente onderzoeken hebben zelfs aangetoond dat bij 80-90% van alle bedrijven 40 tot 60% van alle menselijke energie verloren gaat. Dat betekent feitelijk dat de meeste bedrijven eigenlijk maar op halve kracht werken – iets om even goed bij stil te staan.

Maar er zijn ook bedrijven die het al heel lang wel goed doen en waar de energie overal in de organisatie te vinden is. Organisaties die midden in de samenleving staan en blijkbaar een uniek DNA hebben om voortdurend succesvol te kunnen blijven groeien. Bedrijven die met hun voeten in de klei staan, maar hun gezicht boven de wolken hebben, voortdurend kijkend naar de horizon op zoek naar nieuwe opportuniteiten.

Soms verguisd, vaak bewonderd. Hoe kan het dat bedrijven als McDonald's, IKEA en Starbucks voortdurend blijven groeien en over de hele wereld steeds weer in nieuwe samenlevingen worden opgenomen? McDonald's is met meer dan 33.000 restaurants en 70 miljoen gasten per dag (!) zelfs de grootste huiskamer van de wereld geworden.

Hoe dat kan? Dat komt doordat deze organisaties over 'groeikracht' beschikken - een unieke combinatie van bouwstenen die ervoor zorgt dat een bedrijf voortdurend de juiste verbindingen met zijn stakeholders legt, zichzelf van binnenuit bijstuurt, ogenschijnlijk simpele en nieuwe producten elke keer weer tot in het kleinste detail weet te perfectioneren en een oprechte, mensgerichte focus heeft.

Groeikracht is niet alleen weggelegd voor grote organisaties - elk bedrijf kan zijn eigen groeikracht ontwikkelen, ongeacht of je groot of klein bent. Maar om aan die groeikracht te komen moet je wel aan krachtraining doen want het gaat niet vanzelf. Ik noem dat 'Business Acceleration'; anders leren denken en anders leren doen waarbij het de kunst is heldere standaards en kaders aan te geven waarbinnen je je bedrijf zodanig organiseert dat je bij al je medewerkers hun persoonlijk ondernemerschap en persoonlijke energie letterlijk ontketent. Daarmee kom je als mens en als organisatie veel beter in je vel te zitten en krijgt je hele bedrijf echte 'passion to perform' - en met echte groeikracht kun je de wereld aan!

Meer weten? Bekijk het YouTube filmpje op <http://www.youtube.com/user/renesavelberg>



TEKST RENE SAVELBERG
FOTOGRAFIE DEBEELDREDACTEUR.NL/MICHEL TER WOLBEEK

OVER RENÉ SAVELBERG: ALS VOORMALIG CEO VAN MCDONALD'S NL EN OPRICHTER EN ONDERNEMER VAN BEDRIJVEN IN NEDERLAND, SPANJE EN USA, IS RENÉ GEFASCINEERD DOOR ORGANISATIES DIE HUN EIGEN GROEI- EN ONDERNEMINGSKRACHT HEBBEN ONTWIKKELD EN DAARMEE OP LANGE TERMIJN SUCCESVOL ZIJN. HIJ HEEFT DEZE KRACHT VERTAALD IN DE MCSENSE-METHODE WAARMEE HIJ BEDRIJVEN EN ORGANISATIES, GROOT EN KLEIN, HELPT BIJ HET ONTWIKKELEN EN VERBETEREN VAN HUN EIGEN GROEIKRACHT EN ONDERNEMERSCHAP. EIND 2013 ZAL ZIJN BOEK HIEROVER VERSCHIJNEN.

REAGEREN? RSAVELBERG@MCSENSE.NL
TWITTER: @RSAVELBERG