



## **Veranderen met Vuur**

*Impressie van een vurige bijeenkomst*

**Een verandertraject vraagt om een vurige benadering. Want hoe houdt u anders uw collega's betrokken en zorgt u ervoor dat zij een actieve bijdrage leveren tijdens het gehele, vaak langdurige traject? Een succesvolle verandering vraagt om een duidelijke keuze van de veranderaanpak én het lef om door te zetten. Stel de mens centraal en stem verandermethodes en communicatiemiddelen daar op af. En schuw social media niet. Want u kunt ze wel negeren, uw omgeving doet dat zeker niet!**

Dat waren de conclusies van de op-weg-naar-huis-bijeenkomst 'Veranderen met vuur' die op donderdag 5 november plaatsvond in restaurant Vuur in Baarn. De bijeenkomst werd georganiseerd door Ris Consultancy, communicatie bij veranderingen. Karien Ris opende de middag en legde uit waarom passie in verandertrajecten noodzakelijk is. "Dergelijke trajecten zijn vaak lang en kunnen slopend zijn. Het vergt de nodige passie om een organisatieverandering tot een goed einde te brengen", aldus Karien.

---

***"Bijna 85 procent van de bedrijven is de afgelopen drie jaar met twee of meer veranderingstrajecten gestart."***

---

## **Get ready for a change!**

Patty van Zandvoort hield in haar presentatie een vurig betoog over de do's and dont's in verandermanagement. Zo pleitte zij voor een duidelijke keuze van de veranderaanpak, waarbij het niet zozeer uitmaakt wélk model er wordt gevolgd, áls er maar een model wordt gevolgd.

Volgens Patty is dit een van de redenen waarom zoveel verandertrajecten falen, namelijk door het ontbreken van een duidelijke veranderstrategie en eenzijdige focus op het geheel.

## **Gedragsverandering = verandering**

Naast het hanteren van een consistente aanpak die met vastberadenheid en passie wordt uitgevoerd, gaan veranderingen volgens Patty vooral over mensen. Zonder gedragsverandering is geen enkele verandering mogelijk en het niet goed managen van de menselijke kant kan het traject volledig in gevaar brengen.

Aansluitend op het betoog van Patty gaf Zillah van Venrooij in de tweede presentatie tekst en uitleg over de verandervoorkeuren van mensen. Haar interactieve programma maakte duidelijk waarom het zo belangrijk is deze voorkeuren te kennen en te gebruiken in een organisatieverandering.

---

***"Stel de mens centraal in verandertrajecten. Mensen willen best veranderen, ze willen niet veranderd worden!"***

---

## **Vier verandertypen**

De verandervoorkeuren kunnen worden onderverdeeld in de vier natuurelementen aarde, water, lucht en vuur. Ieder element staat symbool voor de manier waarop communicatie en gedrag plaatsvinden, zo legde Zillah uit. Daarbij staat lucht voor denken, water voor voelen, aarde voor waarnemen en vuur voor intuïtie. Inzicht in deze elementen geeft u niet alleen inzicht in de basisbehoefte van uzelf, maar ook in die van de ander en in het effect wat u op die ander heeft.





### **Inzicht in verandervoorkeuren**

Na het afnemen van de test gingen alle deelnemers in groepjes uiteen om hun gedrag en behoeftes te analyseren. Door vanuit het eigen element te rade te gaan, ontstond meer inzicht in de verschillende verandervoorkeuren. En werd na de gezamenlijke presentatie verder duidelijk hoe belangrijk het is om naast vakinhoudelijke expertise bij het samenstellen van (verander)teams ook te kijken naar de verschillende verandertypes. Een evenwichtige verdeling van de vier elementen verenigt alle benodigde kwaliteiten, behoedt voor de valkuilen en vergroot de kans op een succesvolle verandering.

---

***"Maar liefst 62% van alle internetgebruikers is lid van social media en dit aantal groeit nog steeds."***

---

### **Social media bij veranderingen**

Gitta Bartling gaf met de laatste presentatie van de middag tekst en uitleg over 'social media'. Een groot deel van de genodigden was inderdaad bekend met media als LinkedIn en Facebook maar veel deelnemers kennen de toegevoegde waarde niet. En dat is zonde, zo vindt Gitta, want social media worden al zeer actief gebruikt door alle relatiegroepen van organisaties.

Ook voor interne doeleinden of tijdens veranderprocessen.

Als eindconclusie kan dan ook worden gesteld dat social media geen oplossing zijn voor alle problemen, maar middelen die in de huidige tijd niet meer zijn weg te denken. En waar u dus wel iets mee moet, voordat u wordt ingehaald door uw eigen medewerkers of klanten.

### **Kernboodschap bij veranderingen**

Karien Ris sloot de middag af door kort en krachtig de kernboodschappen van communicatie bij veranderingen weer te geven. Heeft u te maken met een organisatieverandering? Weet waarom u de verandering inzet en schets een inspirerend toekomstperspectief. Verdiep u vervolgens in de verandermethodes en kies diegene die het beste past. Stel voor, tijdens en na het traject de mens centraal en heb vooral het lef om door te zetten! Ook als het even wat minder makkelijk gaat.



### **Voor meer informatie...**

Wilt u meer informatie over communicatie bij veranderingen of een van de onderwerpen uit de presentaties? Neemt u dan contact op met Karien Ris, directeur Ris Consultancy via 06-20441435.

**ris consultancy**