

Succesvol veranderen is niet moeilijk

In het vorige nummer van Bodybiz heb ik het gehad over de fase waarin de fitnessbranche in zijn geheel zit en wat dat betekent voor elke afzonderlijke fitnessondernemer. Centraal in dat artikel stond dat de branche nu pas echt volwassen gaat worden. In een volwassen organisatie is winst maken geen vies woord en spelen cijfers een belangrijke rol. Maar, wat bedoel ik dan met een “volwassen” organisatie en hoe kunt u daarin stappen maken? Een van de belangrijkste eigenschappen van een volwassen organisatie is het vermogen om te kunnen veranderen en daar gaat dit artikel over.

ALS JE DOET WAT JE DEED...

Een bekend spreekwoord luidt: als je doet wat je deed, krijg je wat je kreeg. Het is niet realistisch te verwachten dat resultaten verbeteren als je precies blijft doen wat je altijd al doet. Als je andere resultaten wilt, zul je iets moeten veranderen.

VERANDEREN DOE JE ZELDEN ALLEEN

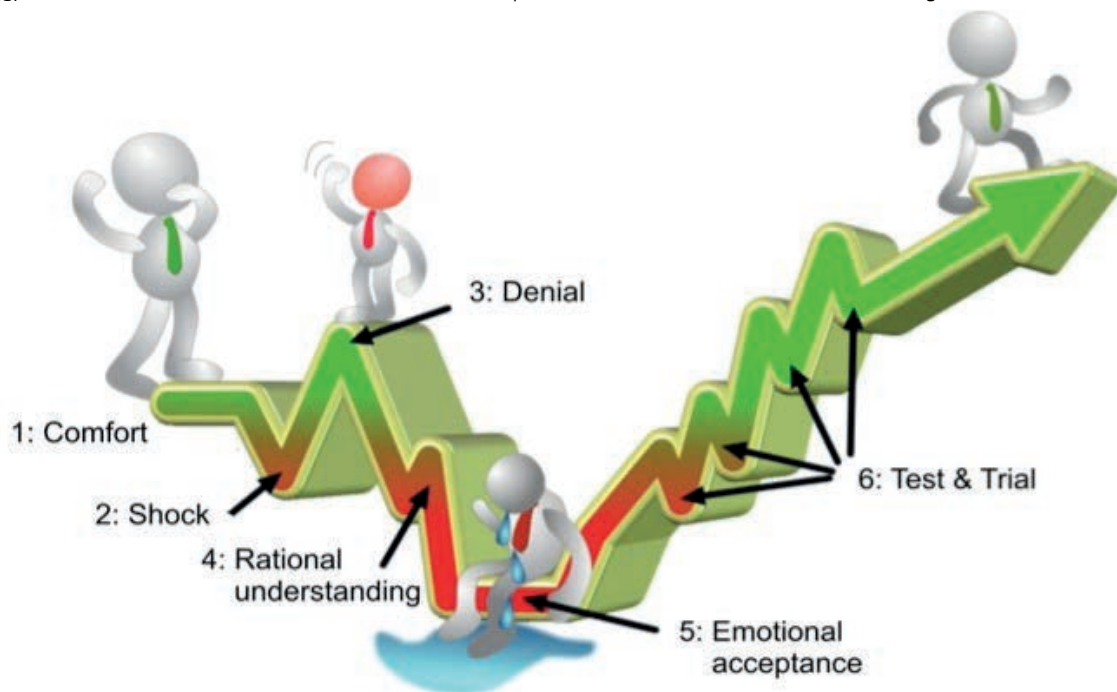
In de praktijk zie je vaak dat veranderingen wel uitgesproken worden, maar dat ze bijna net zo vaak niet bekliven. Om veranderingen door te kunnen voeren heeft u meestal anderen nodig en die anderen zijn maar zelden bereid uw ideeën zomaar over te nemen. En dan bedoel ik niet dat ze ja en amen knikken, zich omdraaien en gewoon blijven doen wat ze altijd al deden. Nee, ik bedoel dat ze werkelijk achter de verandering die u in uw organisatie door wilt voeren gaan staan. Veel mensen hebben nu eenmaal moeite met verandering. Mensen zijn gewoontedieren en zitten vaak vast in die gewoontes.

Ondernemers daarentegen houden niet van stilstand. Stilstand is immers achteruitgang. Een ondernemer wil vooruit en dat bereik je door te verbeteren en te veranderen.

U voelt het al, ondernemers en medewerkers hebben wat dit betreft nogal eens een ander uitgangspunt en dat levert spanning op. De belangrijkste uitdaging die u als ondernemer en manager dus heeft, is ervoor te zorgen dat uw medewerkers willen veranderen. Want weet één ding zeker; veranderingen die niet werkelijk gedragen worden door de mensen die het uit moeten voeren, slagen maar zelden.

EEN BEETJE THEORETISCHE ACHTERGROND

Om succesvol veranderingen in uw organisatie door te kunnen voeren, is het handig te begrijpen door welke fases mensen gaan voordat ze een verandering adopteren. Overigens, dit zelfde principe geldt als u veranderingen door wilt voeren die uw klanten treffen. Het uitgangspunt is dat de medewerker comfortabel is. Hij of zij voelt zich comfortabel in de situatie zoals die is en precies dan komt u aan met een verandering.





René Wantzing is eigenaar van Mindset Bedrijfsontwikkeling & Managementondersteuning. Met zijn bedrijf helpt hij fitnessondernemers om de maximale winst uit hun activiteiten te halen. Enerzijds door het ontwikkelen van nieuwe activiteiten, anderzijds door het verbeteren van de strategie en de organisatie.

De eerste reactie op een voorgenomen verandering is er vaak een van shock. Nou, dat is misschien wat overdreven, maar de eerste fase is er vaak een van onbegrip en misschien zelfs boosheid. De fase die hierna volgt is die van ontkenning. De medewerker wil het nut van een verandering simpelweg niet zien. De fase daarna is dat de betreffende medewerker puur vanuit het verstand eigenlijk wel ziet dat verandering nodig is. In deze fase gaat de medewerker zelf zoeken naar redenen die de gewenste verandering ondersteunen. En daarna volgt ook de emotionele acceptatie van de verandering. Gelukkig, nu kunnen we de weg naar uitvoering van de verandering inslaan. De periode daarna kenmerkt zich door test & trial. Met andere woorden, de medewerker gaat meedenken, dingen proberen en koppelt vorderingen naar u terug. Eigenlijk wordt de medewerker in deze fase mede-eigenaar van de verandering. In de laatste fase van het proces draagt de medewerker de verandering en kan er resultaat geboekt worden.

Als je je als ondernemer of manager niet bewust bent van het bestaan van deze fases, is de kans aanwezig dat je dit proces niet op een goede manier begeleidt. Wellicht reageert u ongeduldig of walst over de medewerkers heen. Gun uw medewerkers de tijd om aan de verandering te wennen en om die uiteindelijk te adopteren. En denk erom, beslist maar met empathie!

Tip: wees voorbereid op weerstand.

Ga er vanuit dat u weerstand voor een verandering gaat krijgen van betrokkenen. Dat geldt ook als u een verandering door wilt voeren die mogelijk op weerstand bij uw klanten gaat stuiten. In dat geval heeft u 2 groepen te overtuigen; eerst uw medewerkers en daarna nog uw klanten. Zorg ervoor dat u een goede onderbouwing heeft en antwoorden paraat heeft op mogelijke bezwaren.

SUCCESVOL VERBETEREN

Succesvol veranderen vraagt om een structuur. De structuur waar ik altijd mee werk is de PDCA-cyclus. Dit is een methode waarmee u een proces van continue verbetering vorm geeft.

De P staat voor PLAN. Uw eerste stap is om een plan te maken. Maar voordat u een plan kunt maken, zult u moeten weten waar u staat. U heeft een analyse nodig. Een analyse waaruit aantoonbaar is dat de verandering die u wilt een noodzaak heeft. Voorbeeld: u bent van mening dat uw uitstroom beter kan. De eerste stap die u neemt is dat u aannemelijk maakt dat de uitstroom daadwerkelijk te hoog is. Bijvoorbeeld door uw uitstroom te vergelijken met dat van collega ondernemingen. Vervolgens formuleert u een doelstelling die SMART is (u kent het wel: specifiek, meetbaar, attractief, realistisch en tijdgebonden). Bijvoorbeeld: we willen de uitstroom binnen een periode van 6 maanden verminderen met 20%. Dat gaan we doen door...

Zodra het plan duidelijk is, gaan we naar de D van DO. In deze fase stranden al veel plannen. Het is zaak alle betrokkenen mee te nemen in hetgeen u wilt en waarom u dat wilt. Vervolgens treedt het plan in werking. Hierna komt de C van CHECK. U controleert – meestal met behulp van cijfers – of de genomen maatregelen leiden tot het gewenste resultaat. Op basis van de vorderingen die u constateert, besluit u door te gaan op de ingeslagen weg, of de weg wat aan te passen. Daarmee bent u beland bij de A van ACT. Act staat in dit geval voor aanpassen en als u besluit uw weg aan te passen, begint de cyclus opnieuw en zo ontstaat de continue proces van verbeteren.

TOT SLOT

Ik realiseer me heel goed dat bovenstaande misschien wat theoretisch overkomt, maar ik kan u verzekeren dat een PDCA-cyclus heel pragmatisch werkt. Succesvol veranderen is niet moeilijk, maar vraagt wel wat inzicht, structuur, empathie en geduld. Uw beloning wacht aan het eind van elke verandering!

Wilt u eens sparren over uw mogelijkheden of wilt u reageren op dit artikel? Mail dan naar rwantzing@mndst.nl of bel 0646232385.

René Wantzing

Mindset Bedrijfsontwikkeling & Managementondersteuning.

MINDSET Bedrijfsontwikkeling & Managementondersteuning
De zorg er voor dat u meer geld verdient