

IN 10 STAPPEN GRIP OP GROEI & GRILLIGHEID

Groeibonus



Gwen Dudok van Heel



GROEIBONUS

Behorend bij het boek “In 10 Stappen Grip op Groei & Grilligheid. Ga voor een beter bedrijfsresultaat en omzeil dure valkuilen”

Leuk dat je de groeibonus hebt gedownload!

Mocht hierna nog meer vragen hebben: neem contact met mij op.

Ik sta altijd open voor een inspirerend gesprek onder het genot van een kop koffie of thee.

Hartelijke groet,

Gwen Dudok van Heel

DUDOK
CONSULTING

www.dudokconsulting.nl

gwen@dudokconsulting.nl

Inhoudsopgave

Stap 1 - groeibonus.....	2
Stap 6 - groeibonus.....	9
Stap 7 - Groeibonus	14
Stap 8 – Groeibonus	16
Stap 10 - Groeibonus.....	17



STAP 1 - GROEIBONUS

Basisvragen - Antwoordformulier

1. Waarom geef je leiding aan dit bedrijf? Wat wil je neerzetten?

2. Wat vind je belangrijk in jouw leven?

3. Breng jouw Wheel of Life in kaart:
maak deze zelf of download deze (zie volgende pagina).



4. Wat is jouw passie?

5. Wat is jouw talent?

6. Waarmee kun je goed geld verdienen?

7. Wat is jouw sweet spot? - het 'egelprincipe'



8. Bepaal jouw volgorde van de kleurbedragstijlen.

(Meer informatie vind je op de volgende pagina's)

1e: Mijn hoogste kleur is:

2e: Mijn 2e kleur is:

3e: Mijn 3e kleur is:

4e: Mijn laagste kleur is:



“Wheel of Life”

Ik gebruik vaak onderstaand "Wheel of Life".

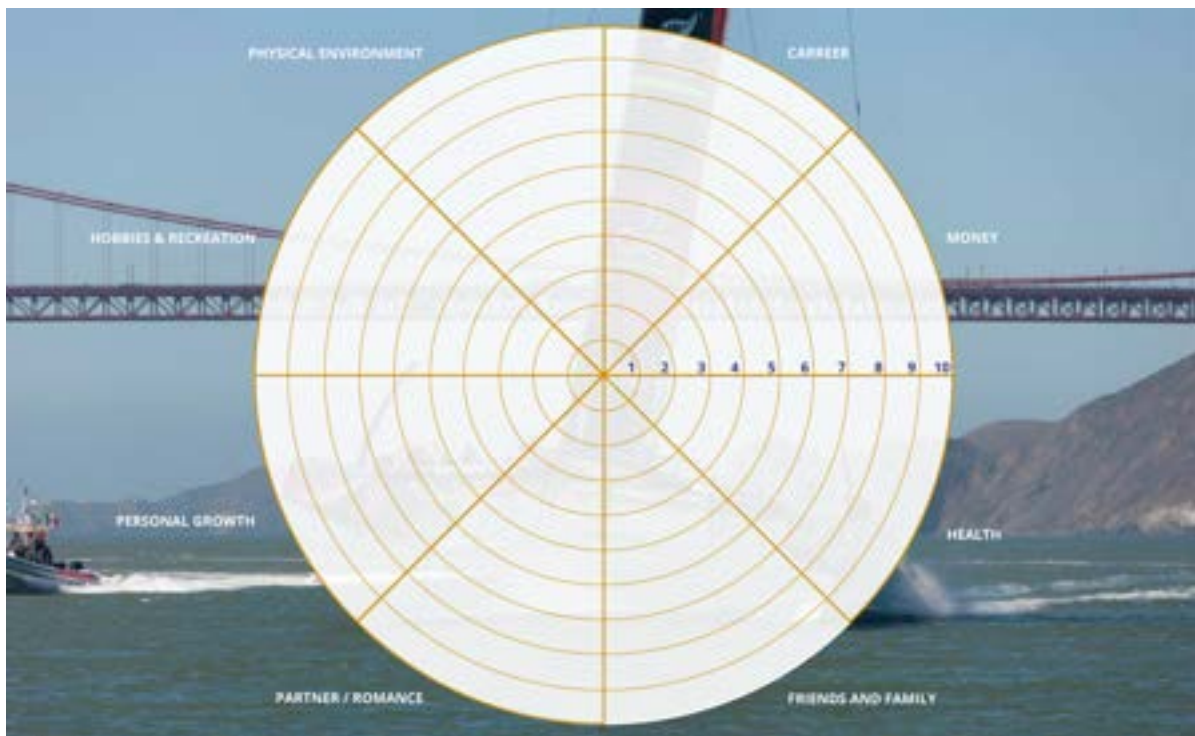
Het is een subjectieve meting. Je hebt 8 sectoren: carrière/werk, financiën, gezondheid/conditie, vrienden & familie, je relatie, persoonlijke groei, hobby's/recreatie, leef-/woon omgeving. Waar sta je in elk gebied? Je kunt dit overzicht uitprinten.

1^e: Geef elke 'taartpunt' een cijfer en arceer het gebied.

2^e: Bedenk daarna wat je per sector wilt en kunt verbeteren.

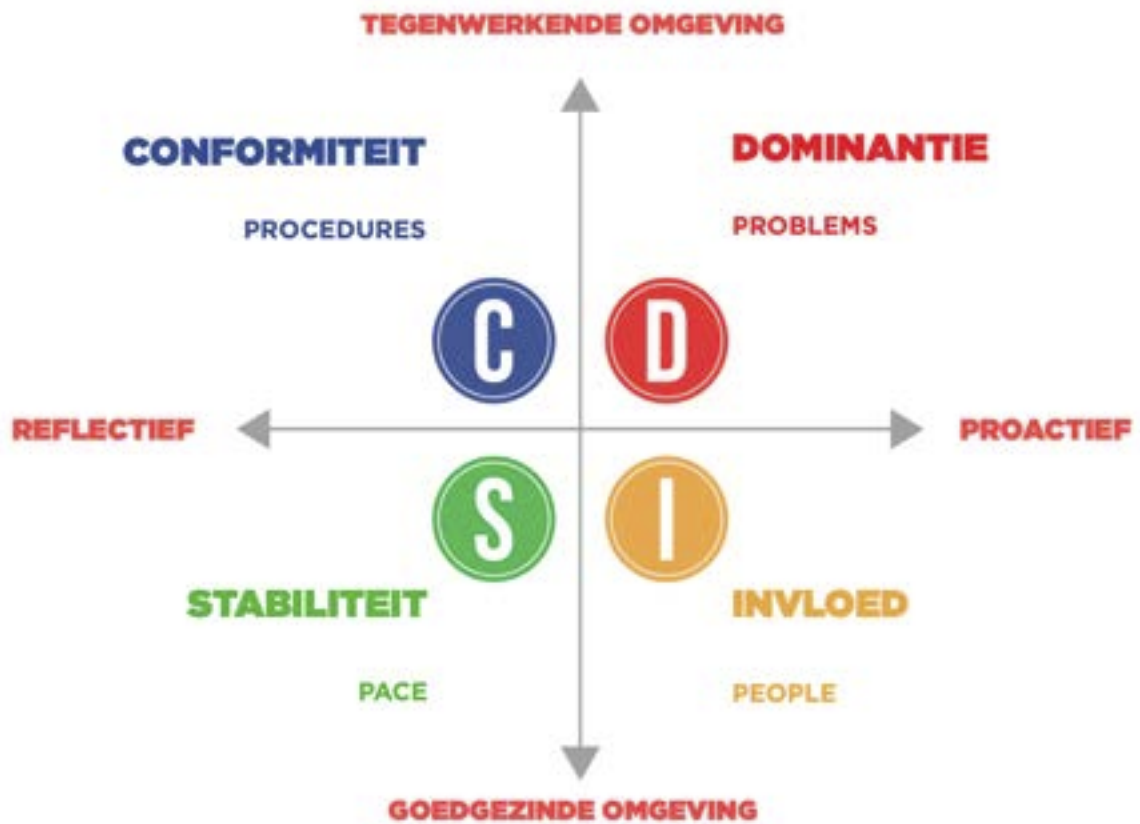
3^e: Concentreer je bij voorkeur op één gebied dat je de komende periode wilt verbeteren. Neem een specifieke periode voor verbetering, bijvoorbeeld 3 maanden.

4^e: Noteer wat je specifiek gaat doen om dichterbij je doel te komen: stap voor stap. Denk aan bijvoorbeeld: een boek lezen, een buddy zoeken, een trainer of coach zoeken, enzovoort.





Overzicht van alle DISC-eigenschappen



(Bron: TTI Success Insights)



Rood: De D van DOMINANTIE

Meet de manier waarop iemand reageert op uitdagingen en problemen.

Hoe hoger de score op de D-factor, hoe sterker de neiging zal zijn om een probleem direct aan te pakken. De hoge D reageert proactief op uitdagingen en problemen, wil graag winnen en wil zijn omgeving beheersen, want dan lopen de dingen tenminste zoals hij wil dat ze gaan. Een dag geen probleem, is een dag niet geleefd, en als er geen probleem of uitdaging is, dan verzint hij er zelf een, want anders wordt het leven saai en voorspelbaar.



Geel: De I van INVLOED

Meet de manier waarop de respondent anderen probeert te overtuigen en beïnvloeden.

Hoe hoger de I-factor, hoe sterker de neiging zal zijn om anderen voor zich te winnen door charisma, enthousiasme, verbale overtuigingskracht, en een vrolijke, positieve uitstraling. De hoge I is aantekelijk enthousiast, hartelijk, persoonlijk, vriendelijk, expressief en grenzeloos optimistisch. Hij gooit als het ware zijn hele persoonlijkheid in de strijd om anderen mee te nemen in zijn ideeënwereld. Zijn grootste angst is om afgewezen te worden door anderen en daarvoor kan hij de neiging vertonen anderen vooral te willen "pleasen".



Groen: De S van STABILITEIT

Meet de manier waarop de respondent reageert op tempowisselingen en veranderingen vanuit de omgeving.

Hoe hoger iemand scoort op de S-factor, hoe sterker zijn neiging om in zijn omgeving rust, regelmaat en routine te creëren. De hoge S werkt volgens vaste patronen en methoden, prefereert een logische stap-voor-stap aanpak, wil dingen graag van A tot Z afmaken en hanteert een langzaam maar constant werktempo. De hoge S is geduldig, attent, introvert, loyaal, rustig en zorgzaam. Eenmaal bewezen werkwijzen verandert de hoge S liever niet; waarom zou hij als de oude werkwijzen nog prima voldoen?



Blauw: de C van CONFORMITEIT

Meet de manier waarop de respondent reageert op regels en procedures gesteld door derden.

Hoe hoger de C, des te groter de neiging zal zijn om regels en procedures (van de organisatie, de samenleving, maar ook van een bepaald systeem of een bepaalde denkwijze) in te zetten als middel om de omgeving te organiseren, structureren en controleren. De hoge C is nauwkeurig, geordend, perfectionistisch, onderzoekend, beleefd en kwaliteitsbewust. Deze kritische vragensteller analyseert vooraf om risico's zo veel mogelijk uit te sluiten, anders wordt het een 'zootje'.





HOGE SCORE	LAGE SCORE
<p>Gaat graag uitdagingen en confrontatie aan. Houdt van het oplossen van problemen en een flinke discussie op zijn tijd. Steekt zijn mening niet onder stoelen of banken. Is ongeduldig, assertief en direct. Komt onafhankelijk en zelfverzekerd over. Houdt niet van voorspelbaarheid en controleverlies.</p>	<p>Heeft de neiging om problemen uit de weg te gaan of ze vooral in samspraak met anderen op te lossen. Is meegaand, bescheiden, niet heel zichtbaar aanwezig, inschikkelijk en gericht op samenwerken. Geeft graag advies maar vindt het lastig om echt knopen door te hakken en anderen te vertellen hoe het volgens hem zou moeten.</p>
<p>Beïnvloed mensen verbaal. Is een gezellige kletser, expressief en enthousiast. Maakt veel grapjes en benadert de omgeving positief en met veel vertrouwen. Praat met gebaren, en veel gezichtsexpressie. Is niet zo gericht op details en misschien zelfs een beetje chaotisch. Is bang om afgewezen, of niet leuk gevonden te worden.</p>	<p>Terughoudend richting anderen. Is sceptisch en zal de ander minder snel in vertrouwen nemen. Treedt niet graag op de voorgrond, is vrij strak qua mimiek, en houdt er niet van anderen zijn ideeën te 'verkopen'. Overtuigt anderen op basis van feiten. Legt de zaken op tafel zoals ze zijn, want het gaat om de inhoud, niet om een smakelijke verpakking.</p>
<p>Creëert graag rust, routine en regelmaat. Werkt volgens vaste patronen en methoden, werkt stap-voor-stap, en wil dingen graag van volledig afronden voor hij aan het volgende begint. Straalt rust en geduld uit in zijn gesprekken. Wil zijn omgeving graag houden zoals het is: voorspelbaar, zonder veel veranderingen en avontuurlijkheid.</p>	<p>Zoekt tempowisselingen, afwisseling, veranderingen graag op. Zijn tempo is hoog en chaotisch. Is erg dynamisch en houdt veel balletjes in de lucht, maar laat in de hectiek ook regelmatig een balletje vallen. Verveling ligt snel op de loer, en daarom verandert de lage regelmatig om het veranderen zelf.</p>
<p>Werkt graag via gestelde regels en procedures om te organiseren, structureren en controleren. Is nauwkeurig, geordend, perfectionistisch, onderzoekend, beleefd en kwaliteitsbewust. Komt afstandelijk en objectief over. Zoekt altijd naar concreet en tastbaar bewijs. Wil altijd de hoogste kwaliteit leveren want houdt niet van kritiek.</p>	<p>Sterke neiging tot autonoom handelen. Regels zijn er voor anderen, niet voor hem. Is non-conformistisch, neemt graag risico's, improviseert, is dol op 'trial and error' en zit er niet mee als het schip af en toe strandt, want dan weet hij hoe het niet moet. Op anderen kan hij ongeorganiseerd en chaotisch overkomen.</p>





STAP 6 - GROEIBONUS

Opzetten van een sessie kernwaarden en kernwaardengedrag

Je vindt hier meer informatie over het opzetten van een sessie kernwaarden en kernwaardengedrag.

Kernwaarden - of basiswaarden - zijn het 'ethische kompas' van de organisatie. Ook wel de identiteit van der organisatie genoemd. Het is de basis waarop besluiten worden genomen. En de basis waarop medewerkers aangesproken kunnen worden.

Hoe stel je de kernwaarden vast? En hoe formuleer je nou kernwaardengedrag? Hierbij zijn een aantal uitgangspunten belangrijk en tegelijkertijd is er geen vaste of wetenschappelijk onderbouwde methode die doorlopen moet worden.

Wat is er al aanwezig?

Op de eerste plaats is het goed om te onderzoeken wat er al is. Regelmatig word ik gevraagd om een kernwaardensessie te begeleiden en dan blijkt er toch al iets te zijn.

Wat voor een soort bedrijf leid je?

Op de tweede plaats vind ik het bepalend om te kijken wat voor een soort organisatie je leidt en wat jouw rol is.

Ben je ondernemer en ben je net een bedrijf gestart? Dan kun je zelf heel goed met een aantal kernwaarden komen. Ook verwijs ik je naar de mogelijkheid om dan te kiezen voor de "Code of Honor", zoals omschreven in mijn boek.

Geef je leiding aan een familiebedrijf? Dan zijn er vaak al een soort van vanzelfsprekende waarden, die sterk verbonden zijn met de cultuur en de historie van het bedrijf. Dan is het zaak om die samen expliciet te maken.



Draagvlak creëren

Vanzelfsprekend is het belangrijk om binnen de gehele organisatie draagvlak te creëren voor kernwaarden en kernwaardengedrag. Dat is een precair proces. Als dat eenzijdig wordt opgelegd schiet het niet alleen zijn doel voorbij, maar dan herkennen mensen zich er niet in en zullen ze zich er niet spontaan aan verbinden.

Zelf doen of laten faciliteren?

Met het stappenplan kun je het zelf organiseren met je team.

De meeste organisaties laten het proces echter begeleiden door iemand van buiten. Daardoor kan de directie zelf volledig als deelnemer meedoen aan het proces. Daarnaast bewaakt dat de woorden en zinnen, die geformuleerd worden, juist zijn, 'smart', concreet en toepasbaar. Zelf doen wil nog wel eens uitmonden in lange, wollige teksten. Dan heb je als bedrijf ook kernwaarden en kernwaardengedrag geformuleerd, maar het blijft bij algemeenheden. En dat werkt niet.

De start

Hier zijn simpelweg twee mogelijkheden:

1e mogelijkheid:

Je formuleert met jouw management team 3 à 5 kernwaarden en vraagt aan alle overige medewerkers om hier feedback op te geven. Creëer een werkgroep, die de feedback en de aanvullingen verzamelt, terugkoppelt en het gehele proces begeleid. Totdat iedereen zich hierin kan vinden.

2e mogelijkheid:

Het kernwaardenproces begint in alle lagen van de organisatie. Een goede toelichting is hier van belang. Waarom kernwaarden? Wat is het belang er van? Etc. Hier ga ik verder op in.



Stappenplan kernwaarden

1. Workshop – kick off

Tijdens de workshops wordt door de procesbegeleider(s) in de gehele organisatie uitgelegd wat het doel is, het waarom, het proces, enz.

2. Brainstormsessies

Na de uitleg is het goed om per afdeling/team een creatieve sessie te organiseren. Neem daarvoor samen echt even de tijd, een paar uur. En maak het creatief: flipovers aan de muur, gekleurde stiften, stickers, enzovoort. Laat iedereen 3 tot 5 waarden/woorden benoemen die volgens hem/haar de organisatie kenmerken. Natuurlijk kan iedereen daar ook samen over brainstormen. Om diepgang te geven aan deze sessies gebruik ik ook checklijsten, die deelnemers bewust maken van de wortels, de essentie van de organisatie. Vraag iedereen om met nominalisaties (werkwoorden en bijvoeglijk naamwoorden die omgezet zijn naar een zelfstandig naamwoord) te komen (klantgerichtheid).

3.

Na de brainstormsessie worden de resultaten samen bekeken, worden de woorden geclusterd en wordt samen bekeken wat uit de groep voortkomt. Hierbij kan gekeken worden welke woorden op elkaar lijken. Hier kan ook aandacht besteed worden aan woorden die niet concreet gemaakt kunnen worden, waar geen voorbeeld bij te vinden is. Daarna geeft de groep een cijfer aan de waarden die over blijven. Bijvoorbeeld 5 t/m 1. 5 Spreekt het meeste aan, 1 het minste.



4.

Van alle teams worden de vijf overeengekomen kernwaarden met ranking verzameld. De werkgroep koppelt deze terug aan de directie. Ook worden de resultaten van de verschillende groepen samengevat en gedeeld met alle medewerkers/groepen. Vervolgens heeft iedereen de mogelijkheid om feedback te geven.

5. Check in het netwerk

Met klanten, leveranciers en andere belanghebbenden worden de kernwaarden getoetst. Ik zou een keuze maken: een aantal waardevolle spelers in het netwerk, vooral een aantal klanten. Herkennen deze doelgroepen zich in de gekozen kernwaarden?

6. Vaststelling

De waarden worden na de laatste toetsingsronde vastgesteld en gedeeld.



Kernwaardengedrag

En hier houdt het voor de meeste bedrijven op. Zijn we klaar? Nee. Nu begint de concretisering van de kernwaarden. Welk gedrag hoort daar concreet bij? Als stappenplan kun je hier dezelfde procedure voor hanteren.

Zoals je in het boek hebt gelezen zijn kernwaarden alleen een “lege huls”. Kernwaarden zullen geladen moeten worden met kernwaardengedrag. Waarom? Een kernwaarde – bijvoorbeeld ‘respect’ – lijkt iedereen te begrijpen, maar de betekenis daarvan wordt verschillend geïnterpreteerd. Dus bij elke kernwaarde is het de vraag “welk gedrag moet je laten zien om de kernwaarde ‘respect’ te laden?”. Kernwaarden moeten geëxpliciteerd worden in gedrag. Gedrag betekent dat het voor ons allen geldt en dat we elkaar er op aanspreken. Er moet actie in zitten en de formulering moet heel concreet en specifiek zijn.

Bijvoorbeeld:

“Je bent/ je toont/ je laat zien”, etc.

In het voorbeeld van respect (voorbeeld):

- Je laat anderen in hun waarde.
- Je hebt begrip voor andere meningen en opinies.
- Je houdt je aan de overeengekomen kernwaarden.

Tot slot:

Zoals je ziet komt er best wel wat bij kijken om kernwaarden en kernwaardengedrag te implementeren. En de exacte aanpak is sterk afhankelijk van het type organisatie en de fase waarin het bedrijf zich bevindt.

Wil je meer weten? Eens onderzoeken hoe jij hiermee aan de slag kunt? Laat het mij weten. Ik vind het leuk om je erbij te helpen.



STAP 7 - GROEIBONUS

30 tips voor een succesvol wervingstraject

Ben je verantwoordelijk voor de *succesvolle werving* binnen jouw organisatie? Dat lijkt vaak makkelijk, maar in de praktijk kom je van alles tegen. Ik kan er inmiddels ook een boek over schrijven en misschien moet ik dat ook maar eens doen.

Meer dan 25 jaar ben ik headhunter geweest en momenteel adviseer ik bedrijven nog steeds bij het vinden en selecteren van hun topmedewerkers. Ik zeg niet voor niets wel eens “ik werk met een kruiwagen kikkers”. Hoe zorg ik er voor dat ze er niet uitspringen?

Hierbij ontvang je de link van mij naar “30 tips voor een uitmuntend wervingstraject”. Met veel voorbeelden uit mijn eigen ervaring. Ik ben benieuwd of je wat mist en/of toevoegingen hebt. Daar leer ik weer van!





Voorbeeldrapport van een assessment

Onze persoonlijkheid bestaat uit vele facetten. Vaak gebruik ik onderstaand assessment, de Trimetrix. Dit meet:

- De gedragsstijlen (basisstijl en onder druk);
- Drijfveren met driving forces: waar krijgt iemand energie van?
- Emotionele Intelligentie (EQ): 5 domeinen. Een belangrijke indicator voor succes.
- De combinaties van bovenstaande metingen.

Meer informatie over en toepassingen van het assessment in jouw organisatie vind je via deze link:

<https://dudokconsulting.nl/assessments/>

Hier kun je ook een voorbeeldrapport downloaden.





STAP 8 – GROEIBONUS

Checklist Eisenhowermodel

	Dringend/urgent	Niet dringend/urgent
Belangrijk	<p>1</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	<p>2</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
Niet belangrijk	<p>3</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	<p>4</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>



STAP 10 - GROEIBONUS

Checklist met alle 10 stappen en opdrachten/vragen

1. Stap 1. Start met het belangrijkste: jij

Opdracht: Geef antwoord op de volgende vragen:

- Waarom geef je leiding aan dit bedrijf? Wat wil je neerzetten?
- Wat vind je belangrijk in jouw leven?
- Breng jouw Wheel of Life in kaart: maak deze zelf of download deze (zie groeibonus).
- Wat is jouw passie?
- Wat is jouw talent?
- Waarmee kun je goed geld verdienen?
- Wat is jouw sweet spot? – het 'egelprincipe'
- Bepaal jouw volgorde van de kleurgedragstijlen.

Stap 2. Pak jouw leiderschap

Opdracht/vragen:

- Welke leiders hebben jou het meest geïnspireerd en waarom?
Denk hierbij bijvoorbeeld aan jouw zakelijke leiders, maar ook aan de leider van je sportteam, je leraren op school, enzovoort.
- Wat is jouw mindset: over jezelf en over jouw mede- werkers?
- Op welke wijze kun jij het verschil maken naar jouw medewerkers?

Stap 3. Formuleer een krachtige strategie

Opdracht/vragen:

1. Formuleer een fantastische BHAG.
2. Zet stappen om de BHAG levend te houden, bepaal concrete acties.
3. Formuleer 4 tot 5 unieke kernwaarden.



Stap 4. Richt je organisatie in

Opdracht/vragen:

- Breng je operationele taken in kaart.
- Bepaal welke taken je kunt delegeren aan een ander of aan anderen.
- Check rollen, verantwoordelijkheden en bevoegdheden.
- Breng de belangrijkste processen in kaart.
- Werk vervolgens de processen uit.

Stap 5. Creëer jouw gouden team

Opdracht/vragen:

- Werk aan een team met verschillende gedragsstijlen.
- Kies voor transparantie en wees duidelijk.
- Geef complimenten.
- Vraag om feedback aan je collega's en medewerkers. Richt een feedbackstructuur in.
- Ontwikkel je team en neem afscheid als iemand blijvend tekortschiet.
- Check regelmatig of jouw boodschap is overgekomen bij de ander.

Stap 6. Zet een cultuur neer die staat als een huis

Opdracht/vragen:

1. Breng specifiek het kernwaardengedrag in kaart.
2. Breng de besluitvorming in beeld: wie neemt welke besluiten?
3. Welke besluiten kun je lager in de organisatie leggen? Bij wie?
4. Wat heeft deze persoon nodig om die besluiten te kunnen nemen?



Stap 8. Stel duidelijke prioriteiten. Houd focus en ritme

Opdracht/vragen:

1. Breng de belangrijkste vergaderingen in kaart en geef antwoord op de volgende vragen.

- Zijn deze bijeenkomsten (nog) noodzakelijk?
- Hoe dragen deze bijeenkomsten bij aan het hogere doel?
- Hoe kan ik de vergaderingen energiever organiseren?

2. Vul het Eisenhowermodel in voor jezelf. Verdeel je belangrijkste werkzaamheden over de 4 kwadranten en evalueer. Waar kun je stappen zetten. En welke teamleden kunnen je hierbij ondersteunen?

Stap 9. Omzeil deze dure valkuilen

Opdracht/vragen:

1. Identificeer de (potentiële) valkuilen binnen jouw bedrijf en in jouw rol.
2. Bepaal met welke stappen jij je implementatiekracht kunt versterken.

Stap 10. Groei- en gripversnellers

1. Purpose driven: welke stap kan en wil jouw bedrijf zetten?
2. Wat zijn de stappen die je met jouw bedrijf naar aanleiding van de Covid-19-crisis hebt gezet?
3. Wie zijn jouw rolmodellen? Wat kun je van hen leren?
4. Bepaal de stappen die je kunt zetten om grip op je financiën te krijgen.