BELANGHEBBENDEN BEGRIJPEN EN BETREKKEN



© IVO WENZLER

VIER FUNDAMENTELE SOCIALE STIJLEN





Streef er eerst naar om te begrijpen. Daarna om begrepen te worden.

Stephen R. Covey

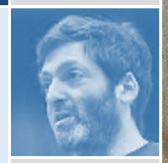


Social styles theory • D. Merrill; R. Reid

HET BEGRIJPEN VAN DE SOCIALE STIJLEN

- Het begrijpen van de sociale stijl van belanghebbenden is cruciaal, omdat het mogelijk maakt om communicatie-, besluitvormings- en betrokkenheidsstrategieën aan te passen aan hun voorkeuren en gedrag.
- Elke sociale stijl heeft verschillende drijfveren, prioriteiten en manieren om informatie te verwerken.
- Door de aanpak af te stemmen op hun stijl, kun je sterkere relaties opbouwen, de samenwerking verbeteren, misverstanden minimaliseren en hun steun effectiever verkrijgen.
- Het toont respect voor hun werkstijl en vergroot de kans op succesvolle resultaten in zowel gesprekken als beslissingen.

LOGISCH, DETAILGERICHT EN HECHT MEER WAARDE AAN NAUWKEURIGHEID DAN AAN EMOTIE



Zelfs de meest analytische denkers zijn voorspelbaar irrationeel; de echt slimme erkennen en pakken hun irrationaliteit aan.

Dan Ariely



Ze willen zijn
Correct

Verwacht dat ze zijn
Koel
Afstandelijk
Formeel
Conservatief
Logisch

Jij moet steunen
Principes
Denken

Jij moet zijn
Nauwkeurig
Bewijs leveren

Zij accepteren
Logica, organisatie
Gematigde benadering
Voorgaande record
Feiten, gegevens
Zaken op schrift stellen
Tijd om na te denken
Tijd om te plannen

Zij weigeren
Sluipwegen
Onmiddellijke actie
Het verleden vergeten
Ongeduld met details
Over-personalisatie
Aandringen op beslissingen

STURENDE STIJL

II

RESULTAATGERICHT, ASSERTIEF EN GEDIJT OP EFFICIËNTIE EN CONTROLE



Ik heb heel hard gewerkt om assertief te leren zijn. Ik ben voorbij het punt waarop ik me zorgen maak of mensen me aardig vinden.

Pam Dawber



Ze willen zijn
In controle

Verwacht dat ze zijn
Onpersoonlijk
Geheimzinnig
Georganiseerd
Veeleisend
Feitelijk

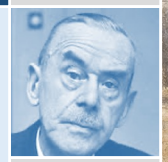
Jij moet steunen
Conclusies
Acties

Jij moet zijn
Efficiënt
Opties bieden

Zij accepteren
Spreken over waarde
Direct en duidelijk zijn
Aangetoonde resultaten
Feitelijke competenties
Dingen voor elkaar krijgen
Benadrukken van deadlines
Competitiviteit

Zij weigeren
Abstract en vaag zijn
Focus op de lange termijn
Geen resultaatverplichting
Uitgebreide rapporten
Langetermijn projecten
Veel input tegelijk

ONDERSTEUNEND, COÖPERATIEF EN HECHT WAARDE AAN HARMONIE EN RELATIES



Alleen hij die verlangt is beminnelijk, niet hij die verzadigd is.

Thomas Mann



Ze willen zijn
Zeker

Verwacht dat ze zijn
Warm
Aangenaam
Coöperatief
Voorzichtig
Rustig

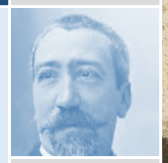
Jij moet steunen
Gevoelens
Relaties

Jij moet zijn
Aangenaam zijn
Garanties geven

Zij accepteren
Je bezorgdheid tonen
Geholpen te worden
Enthousiasme
Gevoeligheid
Team benadering
Eén op één
Flexibiliteit

Zij weigeren
Cool zijn
Aandringen op verandering
Hard pushen voor details
Focus op deadlines
Onpersoonlijk zijn
Autocratisch zijn

EXTRAVERT, ENTHOUSIAST EN GEDREVEN DOOR RELATIES EN ERKENNING



Ik geef de voorkeur aan de fouten van enthousiasme boven de onverschilligheid van wijsheid.

Anatole France



Ze willen zijn
Erkend

Verwacht dat ze zijn
Stimulerend
Ongestructureerd
Enthousiast
Extravert
Persoonlijk

Jij moet steunen
Dromen
Intuïties

Jij moet zijn
Stimulerend
Getuigenis geven

Zij accepteren
Nieuwe ideeën, visie
Zoeken naar input
Toekomstgerichtheid
Constante follow-up
Nadruk op grote lijnen
Uitnodigen tot creativiteit
Veel strekkingen

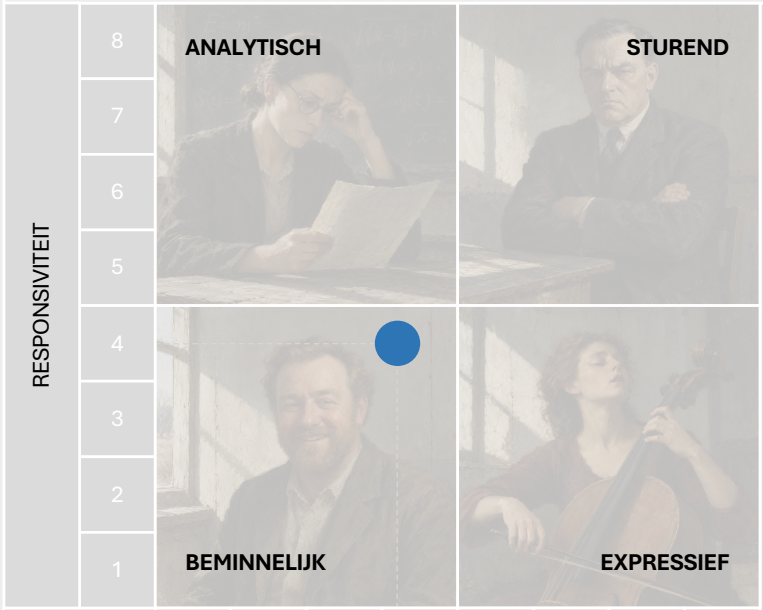
Zij weigeren
Enthousiasme negeren
Onpersoonlijk zijn
Ongeduld voor creativiteit
Taak voor plezier
Te veel details
Focus op nauwkeurigheid

EEN VOORBEELD VAN EEN SNELLE EN EENVOUDIGE SOCIALE STIJLEN-TEST



Voor elke echt onpartijdige persoon zou het duidelijk zijn dat ik altijd gelijk heb.

Ashleigh Brilliant



1	Spreekt bedachtzaam 1 2 **3** 4 5 6 7 8	Spreekt snel
2	Minder expressief 1 2 3 4 5 **6** 7 8	Meer expressief
3	Stelt vragen 1 **2** 3 4 5 6 7 8	Doet uitspraken
4	Beheerst emoties 1 **2** 3 4 5 6 7 8	Toont emoties
5	Zacht van stem 1 2 **3** 4 5 6 7 8	Hardere stem
6	Cool 1 2 3 **4** 5 6 7 8	Warm
7	Leunt achterover 1 2 **3** 4 5 6 7 8	Leunt naar voren
8	Minder stembuigingen 1 2 3 4 5 **6** 7 8	Meer stembuigingen
9	Lijkt besluiteloos 1 2 3 4 5 6 **7** 8	Vormt snel een mening
10	Communiceert feiten 1 **2** 3 4 5 6 7 8	Communiceert gevoelens

Vraag 1, 3, 5, 7, en 9 zijn voor ‘assertiviteit’ score : [3+2+3+3+7=18/5=3,6]

Vraag 2, 4, 6, 8, en 10 zijn voor ‘responsiviteit’ score : [6+2+4+6+2=20/5=4,0]

ENKELE VRAGEN DIE BEHANDELD MOETEN WORDEN VÓÓR GESPREKKEN MET BELANGHEBBENDEN

Hoe minder feiten, hoe sterker de mening.

Arnold H. Glasow



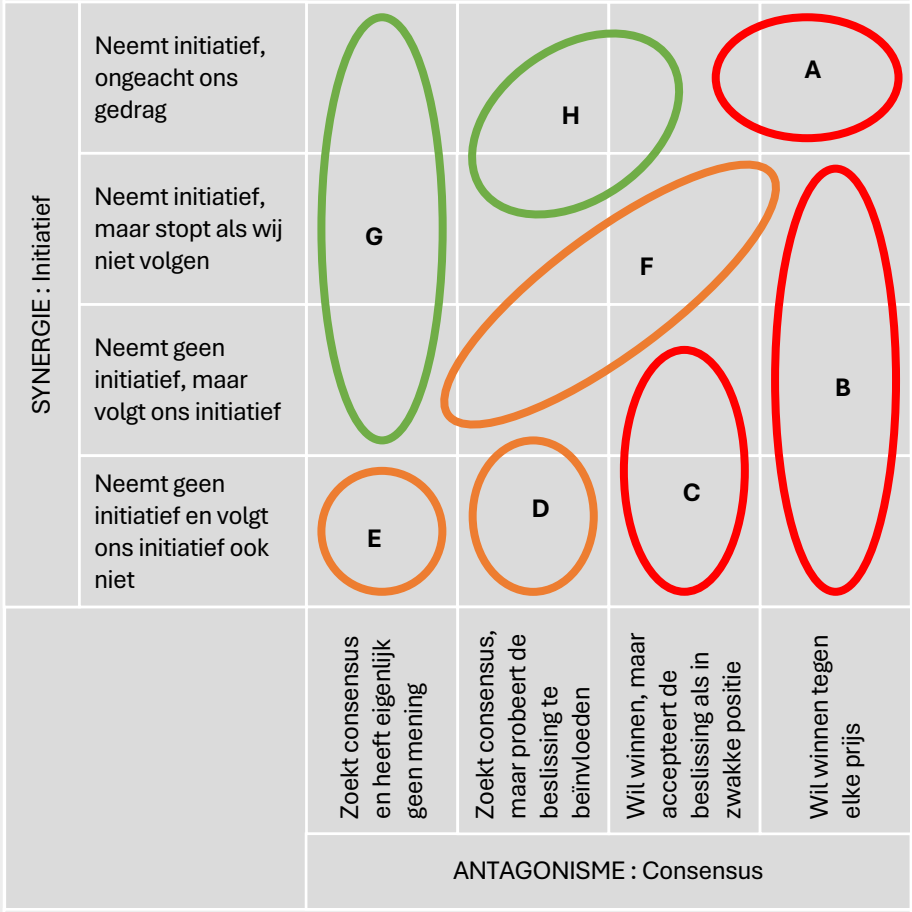
IDENTIFICATIE	Wie zijn de belangrijkste belanghebbenden?	Hoe zal de verandering hen beïnvloeden, en in welke mate?	Wat is hun huidige houding ten opzichte van de verandering?	Wat is de gewenste of ideale houding die zij zouden moeten hebben?	Zijn zij eerder betrokken geweest bij veranderingsinitiatieven?
PROFIEL	Wat is hun communicatie- of sociale stijl?	Hoe kan hun sociale stijl de verandering beïnvloeden?	Wat zijn hun verwachtingen van deze verandering?	Welke zorgen kunnen zij hebben over de verandering?	Hoe sluit de verandering aan bij of ondersteunt deze hun doelstellingen?
INVLOED	Wat is hun invloed op het veranderingsinitiatief?	Hoeveel macht hebben zij om de verandering te ondersteunen of tegen te werken?	Welke belanghebbenden moeten actief worden betrokken?	Hoe hoog is de prioriteit om elke belanghebbende te betrekken?	Wat was hun invloed tijdens eerdere betrokkenheid?
ENGAGEMENT	Wat is hun verwachte bijdrage aan de verandering?	Wat zou hen motiveren of aanzetten tot actieve betrokkenheid?	Wat moeten zij horen om hun inzet te verkrijgen?	Wat is de meest effectieve manier om met hen in contact te komen?	Wie moet hen benaderen, en wanneer en hoe moet dit gebeuren?
	Welke specifieke acties zijn nodig om hun betrokkenheid te waarborgen?	Hoe kan de betrokkenheid tijdens het veranderingsproces worden behouden?	Welke specifieke acties worden van hen verwacht, en wanneer?	Wat is hun beslissingsbevoegdheid, en hoe flexibel is deze?	Welke risico's of kansen vertegenwoordigen zij?
RELATIES	Wat zijn de belangrijkste dingen die we over hen moeten weten?	Wie beschikt over de meest relevante of betrouwbare informatie over hen?	Welke andere belanghebbenden beïnvloeden hen?	Welke belanghebbenden worden door hen beïnvloed?	Wat is de aard van hun relaties met andere belanghebbenden?
	Wat zijn de mogelijke voordelen en nadelen van deze relaties?	Welke van deze relaties worden als kritisch beschouwd?	Zijn er verschillen in de interpretatie van deze relaties?	Zijn er mogelijke conflicten of tegenstrijdige belangen tussen hen?	Kan het vervullen van de verwachtingen van anderen hen bevoordelen of

INZICHT KRIJGEN IN HET NIVEAU VAN ENERGIE DAT BELANGHEBBENDEN AAN DE VERANDERING ZULLEN BESTEDEN

Conflict is onvermijdelijk, maar strijd is een keuze.

Max Lucado





A. **Onvoorspelbaar** • Zij zijn sterk betrokken, maar hun onvoorspelbare mening maakt hen het meest kritisch voor het succes van de verandering.

B. **Tartend** • Zij zijn in principe tegen de verandering, en het is erg moeilijk om hun denkwijze te veranderen.

C. **Tegenstander** • Zij zijn tegen de verandering, maar niet openlijk; zonder serieuze initiatieven te nemen, beïnvloeden zij hun omgeving.

D. **Klaagster / Klager** • Zonder serieuze actie te ondernemen, zullen zij altijd het luidst hun bezwaren uiten.

E. **Passief** • Zij zijn neutraal en lijken zich niet echt zorgen te maken; hen aan boord krijgen kan het succes van de verandering verzekeren.

F. **Besluiteloos** • Zij zijn van het type ‘afwachten en zien’, maar vanwege hun invloed op de passieve is hun steun van cruciaal belang.

G. **Betrokken** • Zij zijn het eens met de verandering en ondersteunen deze, wat bijdraagt aan de algemene moraal van de betrokkenen.

H. **Bevorderaar / Promotor** • Zij pleiten voor de verandering, promoten deze en zijn bereid zich maximaal in te zetten om mee te veranderen.

BELANGHEBBENDEN BEGRIJPEN EN BETREKKEN



BEDANKT

© IVO WENZLER