

NVO2 Activiteiten- agenda

NVO2 Studiedagen

15 oktober

'Echte' Invloed'

**'Invloed die je uitoefent
vanaf een plek die je niet
hebt, blijkt niet'**

22 oktober, 5 november

**Tweedaagse Personal branding
voor professionals**

4 november

**Strategieën om te floreren
in je werk**

**Werken vanuit een dynamisch
perspectief op professionaliteit**

8 en 30 november

Met Karakter!

**Tweedaagse karakterstructuren
in samenwerkingsrelaties**

24 november

Herken je patroon

**Mentale concepten in (werk)
relaties**

NVO2 Evenementen

18 november

NVO2 ledenmiddag

10 december

**Werkvormen die werken
(middag event)**

**Ben je toe aan een update
rondom krachtige leer- en
werkvormen? Heb je interesse
in de laatste nieuwe
vormen? Of wil je gewoon
geïnspireerd worden? Zorg
dan dat je erbij bent!**

**Ga voor meer informatie
naar www.nvo2.nl**

Invloed in onze professie

Hoe zorg je ervoor dat de wereld om je heen zich in de door jou gewenste richting beweegt? Dat klanten en collega's datgene doen dat jij wenst, uit vrije wil?

Het antwoord blijkt simpel: door gebruik te maken van de psychologische principes die de homo sapiens diep in zijn brein heeft opgeslagen. Terwijl het ene na het andere economische model wordt opgeworpen om de recessie terug te dringen, blijkt dat het echte werk uiteindelijk niet gebeurt aan de hand van rationele financiële modellen, maar via onze oerdriften. De psychologie, tot voor kort gezien als een softe wetenschap, is inmiddels in de boardrooms van succesvolle bedrijven doorgedrongen, en in de jaarverslagen en andere documenten die de wereld moeten overtuigen van de betrouwbaarheid van een bedrijf. Zo neemt Warren Buffet, grootaandeelhouder van een bekende investeringsmaatschappij op de eerste pagina van zijn jaarverslag altijd een aantal missers op. Daarna vervolgens een verslag over alle successen volgt. 'Wij zijn betrouwbaar', zendt hij daarmee uit. 'Wij verbergen niets'. Geen onbelangrijke boodschap voor een bedrijf dat het moet hebben van het vertrouwen en geld van anderen.

Professie

Het zou de moeite waard zijn om een aantal van de inmiddels bekende principes over invloed ook op onze eigen professie los te laten. En dan heb ik het niet over de relatie naar cursisten, maar over de profilering van onze beroepsgroep naar opdrachtgevers en afnemers. Nog steeds lijkt ons vak zich te moeten verantwoorden voor haar toegevoegde waarde, dit in tegenstelling allerlei andere professionals als marketeers, verkopers en financiële specialisten. Hun bijdrage aan de business en aan de continuïteit van een onderneming wordt als vanzelfsprekend ervaren. Tijd om via de oerprincipes op een aantal terreinen winst te boeken. Daartoe onderstaand een kleine greep uit de lessen van Robert Cialdini, een van de meest bekende wetenschappers op het gebied van invloed.

Consistent gedrag

Uit zijn onderzoek blijkt dat mensen graag *consistent gedrag* vertonen. Wil je in een vergadering de handen op elkaar voor een voorstel, dan lukt dat eerder als je tijdens je 'rondje vooraf' de beslis-



sers niet alleen informeert, maar ook een 'ja' laat zeggen. De kans om vervolgens verrast te worden door een negatief groepssentiment wordt daarmee aanmerkelijk kleiner. *Consensus* is een andere trigger: vraag mensen om een 'ja' op die momenten dat je al je favoriete fans bijeen hebt, in plaats van altijd eerst die kritische collega uit te nodigen in een toch al wankel groep, omdat we een fair hearing voorstaan. Dat laatste is van waarde, maar kan later ook nog..

Autoriteit

Nog een oerprincipe waar mensen – zonder tussenkomst van de eigen ratio – voor kiezen is het *autoriteitsprincipe*. Hoe vaak zie je iemand in onze professie bewust de expertrol aannemen en met facts and figures aangeven wat de consequenties van bepaalde managementkeuzes zijn? En dat terwijl het werkt. Try it! *Schaarste* is ook zo'n thema dat instinctieve reacties aan de andere kant oproept: als iets schaars is willen we het allemaal hebben. Dus bij het aanbieden van een leertraject erbij vermelden dat alleen de eerste tien inschrijvers mee mogen doen, of dat een schaarse topmanager aanwezig zal zijn. De kans op overinschrijving neemt aanmerkelijk toe.

Er is een wereld te winnen. En niet alleen voor onze klanten en afnemers. Juist HRD'ers en opleiders hebben gemakkelijk toegang tot veel informatie over het menselijk gedrag. Er is niets mis mee de nieuwe inzichten voor onszelf in te zetten alvorens de weg te leren aan anderen.



Nina Lazeron,
Bestuurslid NVO2

'Er is niets mis mee nieuwe inzichten eerst voor onszelf in te zetten.'