

2024: EEN JAAR IN LINKEDIN BIJDRAGEN

Inclusief een checklist met 24 vragen
om jouw impact te vergroten

Erik-Jan Gelink

HOOFDTHEMA'S IN DIT DOCUMENT



ANALYSE



STRATEGIE



EXECUTIE



LEIDERSCHAP

WOORD VOORAF

Leuk dat je mijn jaaroverzicht hebt gedownload. Ik hoop dat het je inspireert, je aan het denken zet en dat het leidt tot actie.

Bijgaand vind je een selectie van 24 bijdragen die ik in 2024 heb geschreven en die zijn gebaseerd op inzichten die ik in mijn dagelijkse praktijk opdoe.

Waarom ik schrijf? Omdat ik geloof in de kracht van gedeelde kennis. Met ruim 25 jaar ervaring in uiteenlopende sectoren en rollen heb ik waardevolle inzichten opgedaan.

Deze wil ik delen, omdat ik weet dat concepten die eenvoudig lijken op papier, vaak uitdagend zijn om toe te passen in de dagelijkse hectiek van werk en leven.

Mijn doel is om toegankelijk en helder te schrijven, zodat deze bijdragen voor een breed publiek bruikbaar zijn – van directies en leidinggevendenden tot professionals op de werkvloer.

Elk van de bijdragen in dit document is eerder gepubliceerd op LinkedIn en iets ingekort om te passen binnen dit format. De inhoud is praktisch en to-the-point, met lessen en tips die voortkomen uit echte situaties. Geen abstracte theorieën, maar inzichten die hun waarde hebben bewezen.

Wat deze bijdragen praktisch maakt, is dat ze eindigen met een vraag. Een vraag die je uitnodigt om na te denken over hoe je de inzichten op jouw situatie kunt toepassen.

Op de voorlaatste pagina vind je een handige checklist met alle afsluitende vragen. Gebruik deze om te bepalen waar je direct mee aan de slag wilt.

Deze verzameling is een uitnodiging: om stil te staan, te reflecteren en vervolgens actie te ondernemen. Want dat is waar verandering begint.

Groeten,

Erk-Jan

PS volg mij op LinkedIn om geen bijdrage te missen in 2025

1

NEE, JOUW SECTOR IS NIET UNIEK

Recentelijk begon ik aan een opdracht in mijn negende sector. Wat me deze ervaring heeft geleerd, is dat veel uitdagingen waar we mee te maken krijgen helemaal niet zo uniek zijn. Het idee dat “bij ons alles anders is” werkt juist beperkend.

I

k zie geregeld leidinggevendenden vastzitten in de overtuiging dat hun sector uniek is. Ze denken dat innovaties en best practices van andere sectoren niet passen. En dat “mensen van buiten” weinig waarde kunnen toevoegen.

Dat is niet alleen een gemiste kans, het kan zelfs schadelijk zijn. Door vast te houden aan wat je al kent, sluit je je af voor nieuwe ideeën en mensen die je vooruit kunnen helpen. Veel oplossingen liggen dichterbij dan je denkt – vaak zijn ze al uitgevonden in een andere context. Je hoeft alleen maar je blikveld te verruimen.

Ik moedig je dus aan om verder te kijken dan de grenzen van je eigen sector. De meeste problemen zijn ergens anders al opgelost, vaak met verrassend effectieve innovaties. Denk aan technologische oplossingen die eerst hun waarde bewezen in andere industrieën, nieuwe benaderingen van klantgerichtheid of doorbraken in operationele efficiëntie. Waarom zou je het wiel opnieuw uitvinden als je kunt leren van anderen? Deze buitenstaanders brengen een frisse kijk en breken patronen die je misschien zelf niet ziet.

Dus:

- Wees nieuwsgierig en verdiep je in hoe andere sectoren werken
- Sluit je aan bij sector overstijgende netwerken en deel kennis
- Werk samen met partners buiten je vertrouwde kring om van elkaar te leren
- Bouw een divers team met ook mensen van buiten je sector

Het resultaat? Nieuwe inzichten, betere oplossingen en een organisatie die sneller kan schakelen en innoveren.

Welke stappen zet jij om nieuwe ideeën van buiten jouw sector te halen?

2

DE BEGINNER'S MIND: WAAROM DOEN WE DIT EIGENLIJK ZO?

Hoe langer je werkt, hoe vanzelfsprekender alles lijkt te worden. Processen voelen vertrouwd, patronen worden gewoonte en de vraag “Waarom doen we dit eigenlijk zo?” stel je steeds minder. Maar juist die vraag is cruciaal om te blijven groeien en verbeteren.

S

tel je voor dat je bewust kiest voor een Beginner's Mind – een frisse blik alsof je net opnieuw gestart bent. Dit principe, geïnspireerd door de Zen-filosofie, herinnert ons eraan om zonder oordeel en met nieuwsgierigheid naar bekende situaties te kijken.

Met bewust kiezen voor een Beginner's Mind heb je een voorsprong. Het is een krachtige manier om blinde vlekken te ontdekken en vastgeroeste denkp patronen los te laten.

Ik pas dit bewust toe in mijn werk. Bijvoorbeeld door aan het begin van een project vragen te stellen waarvan ik weet dat ze simpel klinken, zoals:

- Waarom is dit proces ooit zo ingericht?
- Wat zouden we doen als we vandaag helemaal opnieuw mochten beginnen?
- Waar lopen we telkens tegenaan, maar accepteren we zonder discussie?

Het antwoord op dit soort vragen brengt vaak verrassende inzichten. Gewoonten die ooit logisch waren, blijken achterhaald. Routine maakt plaats voor innovatie, en die frisse blik inspireert anderen om hetzelfde te doen.

Met een Beginner's Mind creëer je ruimte voor innovatie, betere beslissingen en flexibiliteit.

Maar let op: deze mindset vraagt lef. Het betekent dat je niet uitgaat van je ervaring, maar de nieuwsgierigheid van een beginner omarmt. Het kan voelen alsof je even opnieuw moet leren kijken – en juist dat is de kracht.

Hoe gebruik jij een frisse blik om nieuwe kansen te ontdekken?

Bij de start van een nieuwe rol krijg ik vrijwel altijd een probleemstelling gepresenteerd. Maar deze beschrijft bijna nooit wat er écht binnen het bedrijf speelt. Hoe komt dat? En hoe zorg ik ervoor dat ik toch tot de kern van de zaak kom?

W

aarom krijg ik niet meteen het echte probleem te horen? Vaak komt dit door verschillende perspectieven, aannames of interne dynamieken. Hierdoor ontstaat een onvolledig beeld dat de echte oorzaken verhuult.

Een aantal redenen waarom ik niet meteen het echte probleem krijg voorgeschoteld:

- **Beperkt zicht:** De briefier ziet slechts een deel van de organisatie
- **Vooroordelen:** Mensen zijn bevooroordeeld, ze zien wat ze willen zien
- **Data interpretatie:** De manier waarop data wordt verzameld en geïnterpreteerd kan sterk variëren
- **Interne politiek:** Organisatiepolitiek kan ook een rol spelen. Sommige issues worden mogelijk niet aangekaart uit angst voor conflicten
- **Gebrekkige verbinding:** Leiders die ver van de dagelijkse operatie staan, missen vaak cruciale inzichten

In mijn aanpak om tot de kern te komen, doe ik onder andere dit:

- **Oordeel uitstellen:** Ik trek geen snelle conclusies en besteed veel tijd aan het compleet krijgen van het beeld
- **Rootcause analyse:** Ik richt me op de onderliggende oorzaken en niet alleen op zichtbare symptomen
- **Bron diversiteit:** Ik raadpleeg een breed scala aan mensen binnen en buiten de organisatie en breng stakeholders in kaart
- **Formuleer hypothesen:** Op basis van informatie stel ik hypothesen op over mogelijke oorzaken
- **Data gedreven aanpak:** Waar mogelijk gebruik ik data om hypothesen te toetsen en objectieve inzichten te verkrijgen

Hoe stel jij vast wat er écht speelt binnen je organisatie?

4

HET SOCRATISCH GESPREK: INZICHT DOOR VRAGEN STELLEN

Tijdens een reisje naar Griekenland kwamen enkele prominente Grieken voorbij, waaronder de filosoof Socrates. Wat me opviel, is dat er zelfs nu nog veel van hem te leren valt, vooral over het stellen van goede vragen. Het Socratisch gesprek is een krachtige manier om samen tot nieuwe inzichten te komen.

T

e vaak luisteren we alleen om te antwoorden. In plaats van meteen te overtuigen of een oplossing te bieden, kun je beter starten met het stellen van gerichte vragen. Zo creëer je ruimte voor reflectie, verdieping en een constructiever gesprek.

Socrates geloofde dat je door goede vragen te stellen de kern kunt raken. Samen kritisch onderzoeken wat er daadwerkelijk speelt, leidt vaak tot verrassende perspectieven en creatievere oplossingen. Toch nemen we in de hectiek van alledag zelden de tijd om dit grondig te doen. Hoe vaak staan we écht stil bij wat er gezegd wordt, in plaats van te denken aan ons eigen antwoord?

De kern van zo'n gesprek ligt in het stellen van verhelderende vragen. Denk aan: Waarom denk je dat? Wat bedoel je precies? Wat zou er gebeuren als we het anders aanpakken? Zulke vragen nodigen uit tot reflectie en dagen aannames uit. Door ruimte te maken voor deze vragen creëer je niet alleen meer begrip, maar vaak ook betere oplossingen.

Met deze vragen kun je dieper graven zonder direct te sturen. Het is geen debat, maar een manier om aannames te onderzoeken en nieuwe invalshoeken te ontdekken. Door oprechte nieuwsgierigheid en doorvragen versterk je relaties, bevorder je samenwerking en ontstaan verrassende inzichten die anders verborgen blijven. Vaak blijkt dat wat je dacht te weten niet volledig klopt – en juist dat opent de deur naar betere beslissingen.

De kracht van het Socratisch gesprek ligt in het stellen van vragen die tot echte inzichten leiden.

Hoe gebruik jij scherpe vragen om tot verrassende inzichten te komen?

Eén van de belangrijkste valkuilen in mijn dagelijks werk is te snel oordelen. Omdat ik flink wat (complexe) situaties heb gezien en opgelost, is het verleidelijk om op basis van een eerste indruk meteen een oordeel te vellen.

E

en krachtige tool die ik graag met jullie wil delen, is het BOB-model. Dit is een conceptuele uitbreiding van het werk van Robert Bales en Fred Strodbeck (1951). Het BOB-model verdeelt het besluitvormingsproces in drie essentiële fasen: Beeldvorming, Oordeelsvorming en Besluitvorming.

De echte uitdaging zit in de eerste fase: bewust langer in de beeldvormingsfase blijven. Dit betekent: verklarende vragen stellen, luisteren, informatie verzamelen, data zoeken en verbanden leggen. Hoe vollediger je beeld, hoe beter je in staat bent om het daarna te beoordelen en een besluit te nemen.

In de praktijk heeft deze aanpak zich vaak terugbetaald. Er zijn meerdere situaties geweest waarin mijn initiële oordeel tijdens de beeldvormingsfase werd ontkracht. Door langer stil te staan bij wat ik wist (of dacht te weten), kwam ik tot inzichten die mijn besluit uiteindelijk sterker maakten.

Wat maakt het BOB-model zo krachtig?

- **Tunnelvisie voorkomen:** Je dwingt jezelf eerst te begrijpen voordat je oordeelt
- **Samenwerking bevorderen:** Zeker in vergaderingen helpt het om expliciet onderscheid te maken tussen de drie fasen, zodat je niet in chaos terechtkomt
- **Het werkt overall:** Of het nu gaat om complexe besluitvorming op je werk, een strategisch overleg, of zelfs beslissingen in je privéleven – BOB is je vriend

Door bewust op te merken hoe vaak je geneigd bent om direct te oordelen, ga je de kracht van BOB zien. Vraag jezelf vaker af: In welke fase zit ik nu? Het levert gegarandeerd betere resultaten op.

Hoe voorkom jij dat je oordeel niet te snel gevormd is?

6

ZOOM EENS UIT!

Eén van de valkuilen in je werk is je wereld klein maken. Je eigen rol, team, afdeling staan centraal en daar heb je je handen vol aan. Ik wil je aansporen vaker uit te zoomen. Kijken naar processen, de organisatie als geheel en het ecosysteem daaromheen. En ook privé heeft uitzoomen veel voordelen.

U

itzoomen is essentieel bij het navigeren door de complexiteiten van de moderne wereld. Het wordt er allemaal niet eenvoudiger op en er zijn veel zaken die van invloed kunnen zijn op de organisatie waarin je werkt. En daarmee ook op de invulling van je rol.

Zakelijk uitzoomen kan je op verschillende manieren doen, afhankelijk van je positie in de organisatie. Een aantal voorbeelden:

- Begin met het proces waar je onderdeel van bent. Wat zijn de schakels voor en na jouw rol? Heb je het hele proces in beeld? Valt daar nog iets aan te verbeteren?
- Kijk buiten je afdeling of team. Wat gebeurt er allemaal in het bedrijf? Waar beweegt het als geheel naar toe? Wat kun je daar van leren en meenemen in je dagelijks werk?
- Trek de gordijnen open en kijk naar buiten. Wat is de impact van maatschappelijke verschuivingen, klimaatverandering of bijvoorbeeld geopolitieke ontwikkelingen? Moeten de strategische keuzes worden aangescherpt? Zijn de doelstellingen nog realistisch?

Ook persoonlijk kun je profiteren van even een stap terug doen. Je tijdelijk losmaken van dagelijkse stressoren en nadenken over wat je eigenlijk aan het doen bent. Uitzoomen geeft je de ruimte om helderheid te krijgen over je doelen. Even stil te staan in de dagelijkse drukte.

Samengevat, uitzoomen is zowel zakelijk als privé een fundamentele vaardigheid.

Hoe vaak neem jij tijd om verder te kijken dan je directe omgeving?

7

MAAK JE JAARPLAN STERKER, VERMIJD DEZE 5 FOUTEN

Het is weer die tijd van het jaar: het jaarplan voor 2025. Dit is hét moment om heldere doelen te stellen en de koers te bepalen. Maar te vaak blijven deze plannen steken op papier zonder de gewenste impact te maken. Hoe komt dat?

E

en jaarplan is meer dan een document; het is de ruggengraat van je organisatie. Het verbindt strategie met actie. Te complexe plannen, gebrek aan focus of onvoldoende betrokkenheid zorgen er vaak voor dat plannen niet werken. Ik geef je een aantal oorzaken.

Onrealistische doelen: Ambitieuze doelstellingen klinken goed maar als ze niet haalbaar zijn, zorgen ze voor frustratie en demotivatatie binnen teams. Een valse start voor het jaarplanproces.

Te weinig input van medewerkers: Vaak sluit het management zich op om in isolatie het jaarplan te maken. Fout. Zonder input en draagvlak van medewerkers op verschillende niveaus begin je al met 1-0 achterstand.

Gebrek aan capaciteiten: Strategische keuzes maken is één ding, maar zorg dat je ook de vaardigheden hebt om deze te realiseren. Te vaak ontbreekt het aan de juiste capaciteiten om de plannen uit te voeren.

Te weinig focus op uitvoering: Een plan is pas compleet met een duidelijke uitvoeringsaanpak. Dit zou 90% van het werk moeten zijn. Helaas wordt dit vaak onvoldoende concreet gemaakt.

Geen regelmatige evaluatie: Zonder een ritme van regelmatige evaluaties en aanpassingen mist een plan aansluiting bij de realiteit. Het ontbreken van een updateproces betekent vaak dat er kansen worden gemist.

Een sterk jaarplan – het liefst opgedeeld in kwartalen – biedt richting, motiveert je team en is bovenal realiseerbaar. Het focust op strategische doelen, creëert betrokkenheid en laat ruimte voor aanpassingen.

Hoe zorg jij dat jouw jaarplan haalbaar en impactvol blijft?

8

STOP MET DE STIP OP DE HORIZON

Veel organisaties stellen een ambitieus lange-termijndoel, de zogenaamde “stip op de horizon”. Dit betekent dat ze een strategisch plan maken om dat doel in 3-5 jaar te realiseren. Maar hoe effectief is dit nog in een tijd waarin markten en technologieën sneller veranderen dan ooit?

N

atuurlijk is het verstandig om na te denken waar een organisatie de komende jaren naartoe wil. Sommigen definiëren zo'n doel groots en meeslepend. Dat is prima, want het kan medewerkers en de buitenwereld inspireren. Groots denken is waardevol, maar mijn aandachtspunten zijn de weg naar zo'n doel en de planningshorizon.

Organisaties werken vaak in een ritme van jaarplannen. Op basis van het overkoepelende doel (of doelen) worden strategische keuzes gemaakt, actieplannen gedefinieerd en meetmethoden vastgesteld. Dit lijkt gestructureerd, maar in een snel veranderende wereld is het riskant om een jaarplan te maken op basis van een doel dat ver in de toekomst ligt.

Het is effectiever om het grootse en meeslepende doel in kleinere stappen te hakken en ernaartoe te itereren op basis van de laatste inzichten. Denk aan kortere planningscycli, zoals kwartaalplannen, die regelmatige evaluatie, leren en bijsturen mogelijk maken. Deze aanpak zorgt ervoor dat organisaties sneller kunnen reageren op veranderingen in de markt en nieuwe kansen kunnen benutten.

Het gevolg? Meer flexibiliteit en betere resultaten. Sterker nog, met deze iteratieve aanpak kan het zijn dat de oorspronkelijke stip aan de horizon verschuift. Misschien beland je uiteindelijk op een heel andere plek dan je ooit had bedacht – eentje die beter past bij de werkelijkheid.

En juist dát is de kracht van deze aanpak: het vermogen om continu te leren, je koers bij te stellen en relevant te blijven.

Hoe wendbaar zijn jouw plannen in een veranderlijke wereld?

9

SWOT GEMAAKT? ZOEK DE CONFRONTATIE

Een waardevolle stap wordt vaak vergeten bij het maken van de overbekende SWOT-analyse: het bepalen van strategische opties met behulp van de confrontatiematrix. Dit eenvoudige maar krachtige hulpmiddel helpt organisaties om hun SWOT-resultaten om te zetten in concrete acties.

D

e SWOT legde in de jaren '60 de basis voor strategische analyse met een overzicht van de interne Strengths & Weaknesses en de externe Opportunities & Threats. Als aanvulling hier op werd begin jaren '80 de TOWS-matrix (confrontatiematrix) ontwikkeld.

De confrontatiematrix is een gestructureerde aanpak voor het genereren van strategische opties op basis van een SWOT-analyse. Het is een raamwerk dat alle individuele elementen van de SWOT met elkaar vergelijkt.

De eerste stap is het confronteren van de Sterktes met de Kansen. De vraag die hier bij hoort is: kan de organisatie met deze Sterkte de gevonden Kans benutten? Op deze manier worden alle Sterkte /Kans combinaties beoordeeld. Qua strategische opties is dit het groeigedeelte van de matrix.

Daarna volgen andere confrontaties:

- **Zwaktes/Kansen:** Verhindert de Zwakte het benutten van de Kans? Strategie: verbeteren
- **Sterktes/Bedreigingen:** Is de Sterkte voldoende om de Bedreiging aan te kunnen? Strategie: verdedigen
- **Zwaktes/Bedreigingen:** Maakt de Zwakte het onmogelijk om de Bedreiging de baas te zijn? Strategie: terugtrekken

Dit proces scherpt discussies aan en zorgt voor een gedeeld beeld over strategische opties. Dit vormt niet alleen de basis voor het keuzeproces, maar ook voor het vaststellen van prioriteiten en acties.

Hoe gebruik jij de confrontatiematrix om jouw SWOT praktisch te maken?

Een duidelijke nee is net zo krachtig als een ja. Toch draaien strategische plannen vaak alleen om wat we wel gaan doen. Tijdens de plannenmakerij stel ik daarom altijd deze belangrijke vraag: Waar gaan we bewust mee stoppen?

H

et antwoord op die vraag maakt je plan nog duidelijker. Door expliciet vast te leggen waar je geen tijd of middelen aan besteedt, voorkom je dat er capaciteit verloren gaat aan randzaken. Denk aan hobbyprojecten of initiatieven die ooit belangrijk leken, maar niet meer bijdragen aan je doelen.

Keuzes maken blijft lastig – alles lijkt belangrijk. Maar juist door scherp te kiezen, creëer je focus. Zelfs binnen de dingen die je wel gaat doen, kun je onderscheid maken tussen must haves en nice to haves. Zo krijg je nog meer helderheid over wat echt prioriteit verdient.

Schrappen is niet makkelijk. Soms gaat het om projecten waar al veel energie in is gestoken, of om initiatieven waar mensen persoonlijk aan gehecht zijn. Toch is die keuze noodzakelijk.

Wat levert het op?

- **Focus:** Iedereen weet precies waar de prioriteiten liggen
- **Ruimte:** Capaciteit komt vrij voor belangrijke doelen
- **Efficiëntie:** Tijd en middelen worden effectiever ingezet

Samengevat: Sterke plannen gaan niet alleen over wat je doet, maar ook over wat je niet doet. Pak dat plan voor Q1 2025 er nog eens bij en vul het aan met wat je niet gaat doen.

Wat schrap jij om ruimte te maken voor zaken die er echt toe doen?

DE KRACHT VAN STORYTELLING IN STRATEGIEONTWIKKELING

Laten we eerlijk zijn: veel strategiedocumenten zijn saai. Ze zijn rationeel, uitgebreid, staan vol abstracte termen en zitten vaak gevangen in een PowerPoint document. Ze raken de medewerkers niet, ze prikkelen niet en daardoor maken ze te weinig impact.

I

n mijn ervaring is een strategie pas krachtig wanneer deze als een verhaal wordt verteld. Een goed strategieverhaal schildert een beeld van doelen, koers en keuzes. Het gaat niet alleen om wat je doet, maar ook om waarom en hoe – en daarin heeft iedereen een rol.

Een begrijpelijk verhaal zorgt ervoor dat medewerkers zich kunnen afvragen: “Draagt mijn werk vandaag bij aan dit grotere geheel en de doelen die we samen willen bereiken?” Het maakt een strategie niet alleen iets van de directie, maar van iedereen in de organisatie.

Maar een strategieverhaal is meer dan woorden. In mijn werk heb ik ontdekt dat het nog beter werkt om een strategie letterlijk uit te beelden. Laat de kern visueel vastleggen en maak het zichtbaar in de organisatie: van posters in vergaderruimtes tot grote visuele kaarten op centrale plekken. Dit maakt de strategie tastbaar en geeft medewerkers een kompas dat ze dagelijks kunnen gebruiken.

Wat levert dit op?

- **Betrokkenheid:** Medewerkers begrijpen niet alleen de strategie, maar voelen zich er ook onderdeel van
- **Focus:** Het verhaal geeft richting en helpt teams hun werk te toetsen aan de strategische doelen
- **Herkenbaarheid:** Een goed verhaal blijft hangen en inspireert mensen om actie te ondernemen

Een strategie is pas succesvol als het niet alleen op papier, maar ook in hoofden en harten van mensen terechtkomt.

Hoe maak jij jouw strategie herkenbaar en motiverend voor je team?

Het nut van een regelmatige update van je bedrijfsstrategie wordt vaak onderschat. Te vaak verdwijnt de strategie in een lade om pas bij de jaarlijkse strategiesessies weer tevoorschijn te komen. Dat is zonde – en niet zo slim.

M

ijn advies is om de strategische keuzes minstens elk kwartaal tegen het licht te houden. Ik heb goede ervaring met een zogenaamde challenge sessie waar aan deelnemers werd gevraagd gaten te schieten in de bestaande strategische keuzes.

Belangrijk hierbij is dat deze deelnemers niet alleen de usual suspects zijn – vaak de directie of mensen uit het senior management – maar ook collega's uit andere delen van de organisatie. Dwarsdenkers, omdenkers, stille denkers, jonge denkers; het voegt veel waarde toe als ze erbij zijn.

Door met verschillende blikken naar je strategie te kijken, heb je meer kans om o.a. omissies te spotten. Bijvoorbeeld als de tijd je ingehaald heeft. Zo heb ik meegemaakt dat er vanwege duurzaamheidsontwikkelingen een heel nieuw thema aan de strategie werd toegevoegd. Het was één van de non-usual suspects die ons op deze misser wees.

Naast omissies aanvullen, kun je ook strategische keuzes scherper formuleren, een net iets aangepaste keuze maken, etc. Allemaal met als doel de keuzes te maken die je als bedrijf laten winnen - oftewel je doelen realiseren.

Met een periodieke update worden ook risico's beheerst. Je kan potentiële bedreigingen identificeren en strategische keuzes maken om ze aan te pakken.

Daarnaast zorgen de updates voor strategische wendbaarheid. Markten evolueren, nieuwe technologieën doorbreken oude gewoonten en klantvoorkeuren verschuiven sneller dan ooit tevoren.

Bedrijven die hun strategie regelmatig herzien, zijn beter in staat om op deze veranderingen te anticiperen. Dat is niet langer een luxe maar een noodzaak.

Hoe vaak geef jij jouw strategie een noodzakelijke update?

13

WAAROM PLANNEN VAAK FALEN: DE CAPACITEITSKLOOF

Veel strategische plannen falen bij de uitvoering door een capaciteitskloof: de kloof tussen ambitie en mogelijkheden. Dit gebeurt wanneer organisaties doelen stellen zonder voldoende middelen of slagkracht. Vaak ontbreekt inzicht in capaciteiten, waardoor plannen blijven steken.

D

it gebeurt bijvoorbeeld wanneer strategische keuzes niet aansluiten op de slagkracht van de organisatie. Het komt ook voor dat bedrijven geen goed beeld hebben van beschikbare middelen, processen en vaardigheden, of van wat nodig is om hun doelen te realiseren.

Hoe bepaal je de kloof?

- Inventariseer de huidige capaciteiten, zoals teamvaardigheden, technologie en operationele processen
- Analyseer welke capaciteiten nodig zijn voor elke strategische keuze
- Leg de huidige capaciteiten naast de vereisten en identificeer de hiaten

In veel gevallen ontstaan er lege plekken, wat betekent dat er strategische keuzes zijn die de organisatie simpelweg niet kan realiseren.

Hoe los je dit op?

- Bouw ontbrekende capaciteiten op via training, aankoop of overname
- Werk samen met derden die de benodigde middelen of expertise leveren
- Heroverweeg strategische keuzes. Soms is het beter om iets niet te doen

Strategische planning is niet alleen een kwestie van visie, maar van realisme. De capaciteitskloof overbruggen is essentieel om van papier naar praktijk te komen. Alleen met de juiste middelen en partners kun je plannen concreet maken en resultaten boeken.

Hoe zorg jij dat je strategie niet vastloopt door een gebrek aan middelen?

Het organiseren van innovatie naast de reguliere activiteiten van een organisatie is een uitdaging. Innovatie en dagelijkse operatie zijn vaak lastig te combineren, maar met de juiste aanpak kunnen ze elkaar versterken. Ik deel enkele observaties en voorbeelden van hoe je dit effectief kunt inrichten.

W

e kennen allemaal de klassieke valkuilen van het organiseren van innovatie binnen een bedrijf. Onder andere een gebrek aan geduld, het beoordelen van innovatie met de KPI's van de bestaande business en innovatie er even als nevenactiviteit bij doen. Het is een recept voor een mislukking.

Innovatie verdient een aparte plek binnen de organisatie. Het liefst met eigen mensen, eigen budget, eigen KPI's, de mogelijkheid om te falen en korte iteratieslagen (build-test-learn). Je scheidt dan de exploitatie (de dagelijkse business) van de exploratie (de innovatie).

Het onderscheid tussen exploiteren en exploreren kan je ook Run & Change noemen. Run richt zich op de bestaande business, gebruikmakend van bestaande middelen, capaciteiten en technologieën om efficiëntie te verbeteren. Het gaat over het finetunen van de motor die de organisatie aandrijft en de operatie zo effectief mogelijk maken.

Change richt zich op onbekend terrein door te verbeteren, vernieuwen en innoveren. Kijken voorbij de horizon, nieuwe kansen ontdekken en aanpassen aan veranderende marktomstandigheden om lange termijn succes te waarborgen.

Bij Transavia waren wij op deze manier georganiseerd. We hadden een Run & Optimize (R&O) en een Change & Innovate (C&I) cirkel voor de eerder genoemde activiteiten. Belangrijk was leiderschapsbetrokkenheid als sponsor van deze cirkels. Mijn collega, de operationeel directeur, sponsorde R&O en ik – commercieel directeur – was sponsor van C&I. De teams werkten los van elkaar, maar vanuit dezelfde strategische aansturing.

Hoe houd jij de balans tussen Run en Change in je organisatie?

Monodisciplinaire silo's – van marketing en sales tot IT – remmen innovatie en samenwerking. Het doorbreken van deze silo's met multidisciplinaire teams verhoogt de effectiviteit. Toch blijft het voor veel organisaties lastig om deze manier van werken structureel te omarmen.

M

ijn eerste ervaring met multidisciplinair werken was in 2000 bij een websitebouwbedrijf. We vervingen functionele afdelingen door teams rond belangrijke klanten. Dit leidde tot betere samenwerking, geïntegreerde dienstverlening en een significante stijging in klanttevredenheid.

Later gebruikte ik bij andere bedrijven klantsegmenten en de klantreis als leidraad voor een multidisciplinair model. Teams werkten met gedeelde doelen, korte communicatielijnen en kennis van elkaars werk. Ze mochten beslissingen nemen omdat zij het dichtst bij de klant zaten. Dit leidde niet alleen tot betere resultaten, maar ook tot een hogere medewerkerstevredenheid.

Deze manier van werken is logisch en heeft een lange historie. Een vroeg voorbeeld is een artikel van Dyson en Winter (Deloitte, 1992), waarin de olie- en gasindustrie werd aangehaald om de voordelen te illustreren.

Zij benadrukten de noodzaak van beslissingsbevoegdheid, wendbare teams en flexibiliteit in samenstelling, afhankelijk van expertise en doelstellingen. Daarnaast beschreven zij dat multidisciplinair werken niet alleen om structuur gaat, maar vooral om mindset.

Fascinerend dat 30 jaar oud gedachtengoed nog zo relevant is. Tegenwoordig zien we dit terug in holacratie, Agile en crossfunctioneel werken. De essentie blijft tijdloos: multidisciplinair werken bevordert innovatie, efficiëntie en tevredenheid, zowel intern als extern.

Hoe maak jij multidisciplinair werken structureel en succesvol?

EERST VERTROUWEN, DAN LEIDERSCHAP: CONNECT, THEN LEAD

Als leiders willen we laten zien wat we weten en kunnen. Dat we bekwaam zijn en de juiste strategieën hebben om uitdagingen te overwinnen. Maar onderzoek, zoals besproken in het HBR-artikel “Connect, then Lead” van Cuddy e.a. (2013), toont aan: zonder vertrouwen brengt dit zelden het gewenste resultaat.

H

et thema spreekt mij persoonlijk aan omdat ik gedurende mijn loopbaan aan den lijve heb ondervonden dat leiderschap niet alleen draait om het leveren van resultaten, maar ook om het creëren van echte verbindingen. De impact die we maken wordt uiteraard bepaald door onze capaciteiten, maar ook door hoe we verbinden.

Om invloed uit te oefenen, moeten we eerst verbinding maken met onze teams, klanten en stakeholders. Warmte gaat vooraf aan competentie. Waarom? Omdat mensen eerst willen weten of ze je kunnen vertrouwen voordat ze besluiten je te volgen. Vertrouwen ontstaat niet alleen door wat je kunt, maar juist door empathie en authenticiteit te tonen.

Dit betekent niet dat je je zakelijke kracht moet inperken – integendeel. De meest invloedrijke leiders combineren competentie met warmte. Ze begrijpen dat leiderschap niet draait om de sterkste zijn, maar om echte betrokkenheid. Een glimlach, een oprechte vraag of een gebaar van waardering kan het verschil maken. Zelfs kleine acties laten zien dat je niet alleen een leider bent, maar ook een mens.

In een wereld die steeds meer gericht is op prestaties en resultaten, blijft menselijke verbinding het fundament voor duurzame invloed en blijvend succes. Mensen herinneren zich niet alleen wat je hebt bereikt, maar vooral hoe je hen hebt laten voelen. Vertrouwen vormt de basis; je competenties versterken dit. Samen maken ze je leiderschap compleet en krachtig.

Hoe combineer jij warmte en competentie om vertrouwen te bouwen?

Luisteren. We zeggen dat we het doen, maar doen we dat echt? Er zit een groot verschil tussen iemand horen praten en proberen te begrijpen wat er daadwerkelijk speelt. Echt luisteren maakt het verschil tussen middelmatige en effectieve interacties.

E

cht luisteren is super lastig. Vaak ben ik in mijn hoofd al bezig met het formuleren van een antwoord. Luisteren om te reageren in plaats van om te begrijpen. Je kent het wel. Maar precies dit onderscheid bepaalt of je de kern raakt of blijft hangen in oppervlakkigheid.

Onlangs sprak ik met een collega die twijfelde over de aanpak van een bepaald project. Mijn eerste reflex? Oplossingen aandragen. Maar ik besloot om vragen te stellen, veelal stil te blijven en daarmee ruimte te geven.

Dit was wat er gebeurde:

- Ze kreeg de ruimte om hardop na te denken. Er was geen druk, geen haast
- Ze kwam zelf met ideeën die ik nooit had kunnen bedenken
- Ze formuleerde concrete acties en had vertrouwen in de vervolgstappen

Het enige dat ik hoefde te doen, was vragen stellen en luisteren. En dat vraagt meer van een leider dan je denkt. Echt luisteren betekent even tot tien tellen, je ervaring en ego opzijzetten en de tijd nemen om te begrijpen wat de ander echt bedoelt.

De voldoening? Die is groot. Je geeft anderen de ruimte om hun eigen antwoorden te vinden en dat zorgt niet alleen voor betere oplossingen maar ook voor groei en vertrouwen.

Stel jezelf bij elk gesprek de vraag:

Hoe luister jij om te begrijpen in plaats van om te reageren?

Je kent ze wel, die “apen” op je schouder: de volgende stap bij een actie of een probleem. Zeker in het begin van mijn carrière was ik een ware verzamelaar. Later heb ik er beter mee om leren gaan, al blijft het nog steeds lastig.

I

n eerste instantie kon ik geen kant op met mijn apen. Als junior marketeer bij Unilever was ik de laagste in rang, dus de apen vlogen mijn actielijst op. Alles was urgent en belangrijk en ik had niemand om ze aan te delegeren.

Daarnaast verzamelde ik ze zelf ook: Dat zoek ik wel even uit. Stuur die vraag maar naar mij door. Je herkent het vast. Voordat ik het wist, had ik een hele verzameling apen te pakken.

Geïnspireerd door het tijdloze werk “The One Minute Manager Meets the Monkey”, Blanchard, Oncken, Burrows (1989) begon ik een strategie te ontwikkelen om de apen te managen.

Op papier ziet apenmanagement er eenvoudig uit:

1. Je ontmoet iemand met een actie, de aap op zijn of haar schouder
2. Je bespreekt de actie, de denkbeeldige aap zit even op tafel
3. Je sluit het gesprek af, waarbij de aap, vergezeld van enkele tips, weer op de schouder van de eigenaar springt en vertrekt

Inmiddels had ik een team en paste ik deze benadering toe. Als collega's met een aap langskwamen, hielp ik ze vooruit zonder de volgende actie over te nemen. Het bevorderde hun professionele ontwikkeling en stimuleerde creativiteit.

Dat gaat natuurlijk niet altijd goed, want als ervaren leider is het verleidelijk om dingen gelijk zelf op te lossen. Maar door hier bewust van te zijn en er naar te handelen, werd het een stuk overzichtelijker in mijn apenkooi.

Hoe ga jij bewust om met jouw apen en die van anderen?

Deze vraag komt uit het boek “The One Thing” van Gary Keller. (2013). Het boek benadrukt dat succes voortkomt uit “het consequent nemen van de juiste acties”. Simpel, toch? Maar in de praktijk blijkt het lastig. Waarom? Omdat ons proces vaak wordt verstoord door alles dat zich als urgent en belangrijk voordoet.

B

randjes blussen, ad-hocvergaderingen, en telefoontjes die “nu” beantwoord moeten worden – je kent het wel. Voordat je het weet, is de dag voorbij en blijven de wezenlijk belangrijke dingen liggen. Die zaken die niet urgent zijn, maar wel cruciaal voor je lange-termijnsucces. Herkenbaar?

Natuurlijk zijn er voor de hand liggende oplossingen om uit deze “brandweerpositie” te komen: delegeren, nee zeggen, taken beter plannen. Maar wat mij het meeste helpt, is iets simpels: afspraken maken in mijn agenda met mijzelf. Tijd blokken voor wat echt belangrijk is. En die tijd verdedigen alsof het een afspraak met een belangrijke klant is.

Hoe vul ik die tijd in?

- **Begin de dag met focus:** Elke ochtend bepaal ik wat mijn “One Thing” van die dag is. Wat is vandaag de belangrijkste taak die ik af wil vinken, wat er ook gebeurt?
- **Werk geconcentreerd:** Tijdens die geblokte tijd laat ik me niet afleiden. Geen e-mails, geen brandjes – alleen mijn focus op mijn belangrijkste actie
- **Reflecteer aan het eind van de week:** Aan het eind van de week kijk ik terug. Als ik mijn One Thing elke dag heb gedaan, heb ik vijf grote dingen afgevinkt. Dat geeft een voldaan gevoel

Door consequent tijd te reserveren voor datgene wat er echt toe doet, kom ik steeds dichterbij mijn doelen.

Wees eens eerlijk: Hoe vaak vraag jij je aan het eind van de dag af wat je eigenlijk hebt gedaan? Hoeveel van die dingen droegen bij aan je lange-termijnsucces?

Wat is jouw belangrijkste actie vandaag die het verschil maakt?

Deze bijdrage gaat over het winnen van vertrouwen. Dat vertrouwen het fundament is van effectief leiderschap behoeft geen nadere uitleg. Het zorgt voor een omgeving waarin medewerkers zich veilig voelen om zichzelf te zijn, hun ideeën te delen en risico's te nemen.

I

Ik heb handige tips gehaald uit het werk van Harvard professor Frances Frei en leiderschapscoach Anne Morriss. Zij geven met hun "Trust Triangle" aan wat leiders nodig hebben om vertrouwen te creëren: Authenticiteit, Logica en Empathie.

Authenticiteit: Dit betekent dat je jezelf bent en je ware ik toont in interacties. Men moet geloven dat je oprecht en eerlijk bent. Je handelt conform je waarden en je bent consistent in je gedrag.

Logica: Dit draait om de overtuigingskracht van je redeneringen en ideeën. Men moet geloven dat je bekwaam bent en dat je beslissingen gebaseerd zijn op rationele en begrijpelijke afwegingen.

Empathie: Dit is het vermogen om je in te leven in de gevoelens en perspectieven van anderen. Men moet voelen dat je hun belangen en zorgen serieus neemt.

Modellen zijn prachtig maar het gaat natuurlijk om gedrag. Enkele voorbeelden:

Versterken van Authenticiteit: Fouten toegeven, verantwoordelijkheid nemen waar nodig en jezelf laten zien via persoonlijke ervaringen en verhalen

Verbeteren van Logica: Data gedreven werken en daarmee je verhaal onderbouwen, het overzicht houden en dit gestructureerd communiceren

Verhogen van Empathie: Oprechte interesse tonen in collega's en stakeholders, je committeren aan de persoonlijke ontwikkeling van je team

Hoe versterk jij authenticiteit, logica en empathie in je leiderschap?

REFLECTIE: VERTRAGEN & VERDIEPEN EN WEER VERSNELLEN

Mensen met levenshaast. Je kent ze wel: altijd bezig met de volgende carrièrestap, afvinken wat ze willen bereiken voor hun kroonjaren, en geen tijd voor een privé-afspraken. Alles is “druk, druk, druk.” Het zijn mensen die gefocust zijn op het volgende doel, maar vergeten stil te staan bij wat ze doen en waarom.

V

anwaar die haast? Waar ben je naartoe op weg? Als je dan Partner bent voor je 35e, wat komt daarna? Het zijn de vragen die ik stel als ik weer één van de haastigen aan mijn keukentafel heb zitten. Ik haal ze graag even uit hun hoge versnelling.

Ik behoorde zelf ook tot de haastigen, maar na zo'n 10 jaar werken ontdekte ik de pauzeknop. “Vertragen om te verdiepen en daarna weer te versnellen” werd mijn mantra.

Deze reflectie geeft je de ruimte om helderheid te krijgen over je doelen. Even stil te staan in de dagelijkse drukte. Uitzoomen, de grote lijnen zien en dieper nadenken over je persoonlijke leven. Het biedt de kans om terug te kijken op beslissingen en de resultaten ervan. Lessen leren, waardoor je betere besluiten gaat nemen.

Mijn belangrijkste actie is het blokkeren van tijd in mijn agenda. Afspraken met mijzelf dus. Een wekelijks uurtje of een korte dagelijkse pauze. Door bewust tijd vrij te maken voor reflectie wordt het een vast onderdeel van je routine.

Plan af en toe een retraite of een dagje weg van de dagelijkse verantwoordelijkheden. Dit geeft ruimte voor diepe reflectie, brengt nieuwe ideeën en levert hernieuwde energie.

Ik plan zelf ook graag langere perioden waarin reflectie een belangrijk thema is. Deze (mini) sabbaticals houden mijn zaag scherp, zoals Stephen Covey dat zo mooi noemde. Ze zorgen voor verdieping op allerlei fronten.

Tot slot, zoek actief feedback en interactie. Externe perspectieven kunnen stimulerend zijn voor reflectie en helpen bij groei.

Hoe maak jij reflectie een vast onderdeel van je werk en leven?

Het is belangrijk om niet te veel te gaan geloven in je functietitel en alles wat daarbij hoort. Zo voorkom je dat je in een zwart gat valt als deze titel verdwijnt. En maak je geen illusies, ook jij bent probleemloos vervangbaar.

H

et is verleidelijk om helemaal op te gaan in de wereld die bij je baan hoort. Als directielid van grote ondernemingen kreeg ik allerlei uitnodigingen, interviewverzoeken, stond ik in top 100 lijstjes, kon ik awards ophalen en had ik een inbox vol met koffiedrink verzoeken.

Maar dat verdwijnt bijna allemaal als je niet meer in functie bent. Als interim-executive en adviseur wissel ik regelmatig van rol. Tussendoor ben ik gewoon Erik-Jan, niet bijvoorbeeld Chief Commercial Officer Erik-Jan. Het wordt dan stil en lijkt soms alsof je er niet meer toe doet.

Eerder in mijn carrière had mijn ego daar moeite mee. Ik was te veel gaan geloven in de mooie functietitel en de wereld die daarbij hoorde. Het was verleidelijk om mijn identiteit te laten bepalen door mijn professionele rol.

Maar al snel besepte ik dat je meer bent dan je functietitel en de status die eraan verbonden is. Ik zie een rol nu als een aanvulling op wie ik ben, niet een invulling.

En met die aanvulling ga ik praktisch om:

- **Verdiepen:** Leer jezelf kennen, los van je professionele rol. Wat zijn je waarden, passies en doelen? Reflectie, coaching en leiderschapsopleidingen hebben mij hierbij geholpen
- **Vernieuwen:** Elke rol biedt nieuwe lessen die je versterken. Ik zie mijzelf niet als 'de CCO' of 'de adviseur', maar als een leerling
- **Verbinden:** Bouw authentieke relaties op basis van wie je bent, niet alleen op basis van je functie

Deze zaken kun je los zien van je functie. Ze vormen een basis die je altijd met je meeneemt, ook naar een volgend avontuur.

Hoe zorg jij dat je identiteit niet samenvalt met je functietitel?

23

ONDSCHIEDEND VERMOGEN: EEN TROEFKAART IN JOUW CARRIÈRE

In een wereld waarin veel mensen vergelijkbare vaardigheden hebben, is het cruciaal te weten wat jou uniek maakt. Waarom zouden mensen voor jou kiezen en niet voor iemand met dezelfde kwaliteiten? Jouw onderscheidend vermogen maakt het verschil – niet alleen bij sollicitaties, maar ook in je werk.

N

et zoals je kunt uitleggen wat je bedrijf onderscheidt van concurrenten, zou je ook moeten kunnen vertellen wat jou onderscheidt van mensen met een vergelijkbaar profiel. Kun je in een paar zinnen aangeven waarin jij het verschil maakt?

Wat onderscheidt jou van de rest? Als ik deze vraag stel, duurt het meestal even voordat ik antwoord krijg. En soms blijft het zelfs stil. Dat is een gemiste kans.

Stel jij bent projectmanager. Als ik nu zou zoeken op LinkedIn, vind ik er honderden. Waarom zou ik bij gelijke kwaliteiten voor jou kiezen? Wat maakt jou anders?

Ben je diegene die slimmer werkt, meer creativiteit brengt of altijd voor een positieve sfeer zorgt? Misschien zet je net dat stapje extra omdat je ondernemend, vindingrijk of onvermoeibaar bent? Of ben je degene die moeilijke situaties snel doorgrondt en altijd rust brengt in een team?

Het zijn juist dit soort persoonlijke kwaliteiten, voorbij je vakinhoudelijke vaardigheden, die je onderscheidend vermogen definiëren. Ze zijn vaak lastig te herleiden uit een CV, maar ze zijn enorm waardevol. Het zijn deze eigenschappen die zorgen dat mensen graag met je willen werken.

Hoe verder je in je carrière komt, hoe belangrijker dit wordt. De concurrentie neemt namelijk toe en uiteindelijk zijn het deze zaken die de doorslag kunnen geven bij een promotie of een nieuwe uitdaging.

Dus, werk niet alleen aan je vakinhoudelijke vaardigheden, maar ook aan een onderscheidend verhaal over jezelf.

Wat maakt jou uniek en hoe draag je dat uit?

24

WANNEER GEEF JIJ JOUW STOKJE DOOR?

Als leider lijkt succes vaak te draaien om de impact die je maakt en de resultaten die je behaalt. Maar wat als je echte kracht juist ligt in weten wanneer je ruimte moet maken voor iets nieuws? Het vereist moed en zelfbewustzijn om te herkennen wanneer jouw rol niet langer de meeste waarde toevoegt.

0

rganisaties veranderen en de wereld om ons heen staat ook niet stil. Wat gisteren werkte, is morgen misschien niet meer genoeg. Soms vraagt een nieuwe fase om een frisse blik en dat is prima. Maar het opgeven van een leiderschapspositie valt velen zwaar.

Misschien heb je jouw opdracht afgerond, of vraagt de toekomst om ander leiderschap. Het kan lastig zijn om dat onder ogen te zien maar juist dat is een teken van kracht.

We beoordelen vaak anderen. Maar hoe vaak nemen we de tijd om naar onze eigen rol te kijken?

Wat als jij jezelf deze vragen stelt?

- Breng ik nog steeds wat nodig is om onze doelen te halen?
- Ben ik de beste persoon om deze organisatie of dit team naar de volgende fase te brengen?
- Heb ik nog de energie en het enthousiasme die deze rol verdient?
- Kortom, ben ik nog wel de juiste persoon op deze plek?

Het is dapper om dit soort vragen te stellen. Ze laten zien dat je leiderschap niet om jou draait, maar om wat het beste is voor de organisatie en de mensen om je heen.

Stoppen is geen falen. Het is ruimte scheppen – voor nieuwe ideeën, frisse perspectieven en energie. Voor de organisatie en voor jezelf. De beste leiders weten wanneer het tijd is om het stokje door te geven. Niet omdat ze tekortschieten, maar omdat ze vooruitdenken.

Hoe vaak reflecteer jij kritisch op je eigen rol als leider?

CHECKLIST: WAAR GA JE MEE AAN DE SLAG?

Dit is een overzicht van de vragen waarmee ik de bijdragen ben geïndigd. Vink de vragen aan waarmee je aan de slag gaat.

- ☐ 1. Welke stappen zet jij om nieuwe ideeën van buiten je sector te halen?
- ☐ 2. Hoe gebruik jij een frisse blik om nieuwe kansen te ontdekken?
- ☐ 3. Hoe stel jij vast wat er écht speelt binnen je organisatie?
- ☐ 4. Hoe gebruik jij scherpe vragen om tot verrassende inzichten te komen?
- ☐ 5. Hoe voorkom jij dat je oordeel niet te snel gevormd is?
- ☐ 6. Hoe vaak neem jij tijd om verder te kijken dan je directe omgeving?
- ☐ 7. Hoe zorg jij dat jouw jaarplan haalbaar en impactvol blijft?
- ☐ 8. Hoe wendbaar zijn jouw plannen in een veranderlijke wereld?
- ☐ 9. Hoe gebruik jij de confrontatiematrix om jouw SWOT praktisch te maken?
- ☐ 10. Wat schrap jij om ruimte te maken voor zaken die er echt toe doen?
- ☐ 11. Hoe maak jij jouw strategie herkenbaar en motiverend voor je team?
- ☐ 12. Hoe vaak geef jij jouw strategie een noodzakelijke update?
- ☐ 13. Hoe zorg jij dat je strategie niet vastloopt door een gebrek aan middelen?
- ☐ 14. Hoe houd jij de balans tussen Run en Change in je organisatie?
- ☐ 15. Hoe maak jij multidisciplinair werken structureel en succesvol?
- ☐ 16. Hoe combineer jij warmte en competentie om vertrouwen te bouwen?
- ☐ 17. Hoe luister jij om te begrijpen in plaats van om te reageren?
- ☐ 18. Hoe ga jij bewust om met jouw apen en die van anderen?
- ☐ 19. Wat is jouw belangrijkste actie vandaag die het verschil maakt?
- ☐ 20. Hoe versterk jij authenticiteit, logica en empathie in je leiderschap?
- ☐ 21. Hoe maak jij reflectie een vast onderdeel van je werk en leven?
- ☐ 22. Hoe zorg jij dat je identiteit niet samenvalt met je functietitel?
- ☐ 23. Wat maakt jou uniek en hoe draag je dat uit?
- ☐ 24. Hoe vaak reflecteer jij kritisch op je eigen rol als leider?

MEER OVER MIJ

Leuk dat je mijn jaaroverzicht hebt gedownload. Ik hoop dat het je inspireert, je aan het denken zet en dat het leidt tot actie.

Met meer dan 25 jaar ervaring in uiteenlopende sectoren en rollen, waaronder bij bedrijven als Unilever, Sanoma Media, Deloitte Consulting, Transavia, CarNext, KPN en Rodeo Software, heb ik geleerd hoe belangrijk het is om strategie en executie samen te brengen.

Of het nu gaat om complexe transformaties, uitdagende turnarounds, groei-versnellingen of het bouwen van effectieve teams: mijn focus ligt op impact.

Ik combineer strategisch inzicht met een hands-on aanpak en breng rust en structuur in uitdagende situaties. Tegelijkertijd zorg ik voor de energie en snelheid die nodig zijn om vooruitgang te boeken.

Dit komt terug in mijn verschillende rollen:

- Als **bestuurder en adviseur**: Ik begeleid organisaties door transformaties, turnarounds en groeifases. Mijn focus ligt op haalbare strategieën die leiden tot meetbare resultaten.
- Als **toezichthouder**: Ik kijk scherp naar de grote lijnen, stel de juiste vragen en fungeer als sparringpartner om duurzame groei en stabiliteit te bevorderen. Mijn brede ervaring in uiteenlopende sectoren helpt me snel verbanden te zien en waarde toe te voegen.
- Als **spreker**: Ik neem mijn publiek mee in inspirerende verhalen uit de praktijk. Geen droge theorie, maar concrete voorbeelden en direct toepasbare inzichten. Mijn lezingen en workshops zijn energiek, inspirerend en gericht op actie.

Meer weten of samenwerken?

Heb je vragen, feedback of wil je verder praten over hoe mijn inzichten jouw organisatie of team kunnen versterken? Of ben je op zoek naar een spreker of adviseur?

Neem dan contact op via www.erikjangelink.nl of stuur me een bericht op LinkedIn.