

Elke organisatie is aan verandering onderhevig!!



Of je nu wilt of niet, veranderingen komen steeds sneller, zijn complexer, dwingender en vragen om een reactie. Te laat reageren, levert heel veel problemen op, we weten het, maar toch mislukken de meeste transformatietrajecten.

Hoe kan ik nu een succesvolle verandering voor elkaar krijgen, hoe krijg ik als leidinggevende draagvlak? Hoe laat ik de noodzaak van verandering zien? Hoe inspireer ik mijn medewerkers om mee te doen en hoe ga ik om met weerstanden??

Heel veel vragen die een goede aanpak vereisen. Maar wat is de goede aanpak?

Managementboeken, seminars, trainingen, verandermodellen, kleuren aanpak, definities, stappenplannen, adviseurs, gespecialiseerde bureau's. Wie "googled" op het onderwerp Verandermanagement ziet snel door de bomen het bos niet meer.

En toch zullen we wel moeten.

"Organisations that don't learn at a faster rate than their environment changes, will eventually die"

Voorbeelden daarvan zien we steeds meer in onze omgeving. Bij succesvolle bedrijven uit een recent verleden, staat nu het water aan de lippen. Ze zijn aan het reorganiseren/herstructureren of vallen om. De eens zo degelijke bedrijven die veelal als voorbeeld werden gebruikt zijn achterhaalt door concurrenten en/of veranderingen in hun marktsegment.

Disruptie, snelle ICT ontwikkelingen, social networks, globalisering, de oude business modellen werken niet meer en vereisen een hernieuwde aanpak. En daarbij komen macro-economische ontwikkelingen, zoals geo-politieke kwesties, opkomst en teloorgang van de “nieuwe economieën”, financiële crises, veranderende wet- en regelgeving steeds sneller en concreter aan de deur.

Blijkbaar verandert onze omgeving zo snel, dat een continue focus hierop onvermijdelijk is.

Onderzoek toont aan dat 65% van de organisaties 16 maanden te laat reageert op noodzakelijke veranderingen.

En de belangrijkste oorzaken daarvoor zijn;

- Gebrek aan “strategisch ondernemerschap”
- Onvoldoende sturing op data/management informatie
- Te hoge kostenstructuur
- Te lang wachten om in te grijpen

Vroegtijdig onderkennen dat er iets moet gebeuren, goed analyseren, vooruitkijken, strategische keuzes maken en pragmatisch implementeren kan en is noodzakelijk.

Meestal zijn de processtappen bij een succesvolle transformatie hetzelfde, evenals de aandachtspunten in de aanpak. Maar toch heeft elke organisatie zijn eigen specifieke aspecten, zijn andere prioriteiten daarbij noodzakelijk en vereist een succesvol voortbestaan aandacht, kennis en prioriteit.

In de analyse fase zullen een aantal kritische vragen beantwoord moeten worden, over de relevante externe ontwikkelingen, marktomstandigheden, de kracht van de concurrentie. Maar ook ontwikkelingen vanuit de branche, of zelfs andere branches en sectoren, afnemers en leveranciers. Wat kunnen we leren van anderen, van goede voorbeelden wat nog wel werkt en wat niet en wat betekent dat voor mij en mijn organisatie. Kan ik dat met mijn eigen mensen, met mijn MT of moeten we er een keer fris en anders naar (laten) kijken?

Hoe wil ik mijn organisatie onderscheidend in de markt zetten, hebben we een goed in- en extern merkbeleid en uiten we dat ook consistent in onze communicatiemiddelen? Communiceren we überhaupt goed naar onze klanten, leveranciers en medewerkers?

Zijn wij als organisatie in zijn geheel wel voldoende ondernemend en innovatief. Hebben we voldoende financiële draagkracht om de benodigde veranderingen te kunnen financieren. Managen we onze verwachtingen bij onze klanten, crediteuren en banken wel goed? Werkt ons huidig ICT en verdienmodel nog wel? Waar kunnen we snelle bezuinigingen en efficiency voordelen behalen? Hoe zit het met onze liquiditeit op middellange termijn?

Maar ook vragen over de huidige organisatie (structuur), werkprocessen en medewerkers. Wat zijn onze sterke punten als organisatie, welke werkprocessen lopen goed en welke medewerkers zijn cruciaal voor de toekomst? Hoe ziet mijn leeftijdsopbouw en ervaringsmatrix eruit? Krijg ik de goede mensen binnen en weet ik die ook voldoende te binden en zich te laten ontwikkelen? En dan wel in de richting die ook goed is voor onze organisatie en aansluit bij onze strategische keuzes. Spreken wij voldoende duidelijk onze verwachtingen en gewenst gedrag uit naar onze medewerkers en sluit dit ook aan op ons beloningsbeleid?

Kortom heel veel en soms complexe en lastige vragen die beantwoord moeten worden. En het meest interessante daarbij, er zijn geen goede en foute antwoorden!! Hoewel we daar eigenlijk allemaal naar op zoek zijn. Het gaat om keuzes maken, het liefst de juiste, om een gedegen analyse van de huidige situatie, om een integraal en consistent veranderplan en om actie en toepassing. Want te vaak blijven we nog hangen in goede plannen en voornemens. Zetten we niet of onvoldoende door als er weerstand ontstaat.

Onze ervaring is dat er geen medewerkers zijn die niet willen veranderen. Maar als de noodzaak voor verandering niet onderkend wordt, de gewenste (strategische) richting onvoldoende bekend is en de consequenties daarvan voor de medewerker niet transparant zijn, ja dan vragen we om problemen en roepen we onnodige weerstand op.

Een actieve, positieve houding van management, met vroegtijdige betrokkenheid van de belangrijke “stakeholders” en medewerkers, zijn al twee zeer belangrijke succesfactoren. Voegen we daar een duidelijk plan van aanpak, met uitdagende én haalbare doelstellingen bij en creëren we een werksfeer waarbij het gewenste nieuwe gedrag zichtbaar en succesvol wordt benadrukt, dan zijn we ver, heel ver zelfs.

Nog geen garantie voor 100% succes, maar wel alle ingrediënten om de organisatie continue zichzelf en haar medewerkers uit te dagen en de goede antwoorden te kunnen geven op de noodzakelijke toekomstige vragen. En daarmee voor te blijven, de continuïteit als succesvolle organisatie te behouden en de veranderingen als uitdaging te koesteren. Met energie, resultaat en trots!!!

Wij wensen u veel succes, er is niets leuker dan vooruitgang, zowel individueel als collectief binnen de organisatie.

