

“Succesvolle gedragsveranderingen ontstaan meestal door het aanspreken van het gevoel van mensen.”

John Kotter & Dan Cohen

Het Handschoen-effect

Succesvolle veranderingen volgen meestal de lijn van: zien, voelen, veranderen. Veranderingsgoeroes John Kotter en Dan Cohen concluderen dit in 'The Heart of Change'. Maar veel veranderingspogingen lijken meer op: analyseren, denken, veranderen. Getuige alle PowerPoint-presentaties vol cijfers. Het moet dus anders.

Inkoopmanager Jon Stegner was ervan overtuigd dat zijn bedrijf in vijf jaar een miljard dollar kon besparen door een efficiënter inkoopbeleid. Om dit duidelijk te maken aan zijn werkgever, liet hij een student onderzoek doen naar het inkoopproces van werkhandschoenen. Deze ontdekte dat er binnen het bedrijf 424 verschillende handschoenen in omloop waren!

Stegner nodigde alle boardroom-divisieleiders uit voor een presentatie. Tot hun grote verbazing troffen zij daar alle verschillende handschoenen aan, met prijskaarten variërend van vijf tot zeventien dollar. Verdere uitleg was onnodig. Stegners 'presentatie' schudde het bedrijf wakker en leidde tot verandering.

Praktisch

Welk probleem wil jij binnen jouw organisatie aan de kaak stellen? Wat is de 'zien-en-voelen'-manier om dit duidelijk te maken aan je collega's?