



Leidinggeven in een nieuwe tijd en een mogelijke oplossing ?.

Een onderzoek van McKinsey in 2008 onder 3200 CEO's wereldwijd bevestigde datgene dat Kotter in 1996 al verkondigde in het boek "Leading Change" namelijk dat slechts 30 % van de veranderingsprocessen succesvol zijn.

Waar ligt de oplossing ?

A) bij een participerend management dat als drijvende kracht optreedt en

B) op een betrokken workforce. Personeel dat het gewenste gedrag vertoont om de noodzakelijke veranderingen te bestendigen.

Uit een onderzoek verricht in 2012 door Resetmanagement en verwoordt in een onderzoeksdocument "the humanizing turn" bleek dat managers hun wereld sneller zien veranderen dan ooit en allen zoeken naar manieren om de regie te houden op deze veranderingen.

Dit vertaalt zich in de volgende symptomen:

- 1) Een continue druk op verlaging van de voortbrengingskosten,
- 2) Een continue druk op verbeteren van de service kwaliteit,
- 3) Een continue druk op verhogen van de organisatie flexibiliteit om in te spelen op veranderend klantgedrag, technologische vernieuwingen en wijzigingen in de regelgeving.

Dit vraagt om flexibiliteit, aanpassingsvermogen en creativiteit bij de medewerkers/teamleiders en managers.

De afgelopen 3 jaar is daar een 4^{de} aspect bijgekomen :

- 4) Een continue druk op behoud en werving van geschikte medewerkers door schaarste op de arbeidsmarkt

Het private en semi-publieke domein heeft en krijgt steeds meer te maken met mondigere en kundigere klanten/consumenten. De samenleving verandert naar individualisme (de eigen voorkeur is leidend) en fuzzy netwerking (gestimuleerd door o.a. social media). Dit vertaalt zich in een andere houding/gedrag en behoefte bij medewerkers in de organisatie.

Doordat de concurrentie het afgelopen decennia steeds meer is toegenomen door globalisering ondersteund door e-business in de vorm van local en global toetreders gecombineerd met toenemend consumentisme (hogere klanteisen) vraagt dit van het managers om nadrukkelijker te kijken naar o.a.

- 1) Kostenoptimalisatie (omzetbehoud en rendementsverbetering),
- 2) Klantgerichtheid (klanttevredenheid en omzetgroei),
- 3) Medewerkersinteresse en betrokkenheid.(behoud van personeel)

Het resultaat van een verbeterinitiatief zal moeten voldoen aan de :

The Voice of the Customer (VoC);

The Voice of the Business (VoB);

en

The Voice of the Employee (VoE)

Het gaat om het verbinden van het rationeel denken met het social interactieve denken. Het handhaven van bestaande planning, business redesign en controle modellen en tegelijk ruimte te scheppen voor het zogenaamde collectieve brein van de organisatie <quote the humanizing turn>

De oplossing ligt in de implementatie van lean six sigma verbeterinitiatieven gecombineerd met organisational behaviour management inzichten (sturen op gewenst gedrag bij het personeel)

In de eerstkomende artikelen zullen wij nadrukkelijk ingaan op punt A en daarna op punt B