

"Madonna in tien stappen"

Dr. Q

Naam	Harold Smits
Leeftijd	30 jaar
Is	oprichter A*Life
Opleiding	psychologie en marketing
Rolmodel	mijn moeder
Adres	www.a-life.nl

A*Life?

We zijn een clubje van zeven man dat bedrijven helpt om zichzelf en hun werknemers te motiveren.

Ah, de Emiel Ratelband-aanpak

Nee! Af en toe krijg ik mailtjes met de vraag of ik de werknemers 'even op kom peppen', maar op die manier werkt het niet. Mensen moeten weer zin krijgen om zelf verantwoordelijkheid te nemen en dat lukt niet door ze een trucje aan te leren. Daarom heb ik een hekel aan het woord trainer. Wanneer mensen niet meer gemotiveerd zijn is er sprake van een blokkade. Want motivatie zit in elk mens, dat hoef je alleen maar naar boven te halen. Door middel van ludieke spelletjes probeer ik er achter te komen wat die blokkades zijn.

Ludieke spelletjes?

Met een door mij ontworpen kaartspel bijvoorbeeld, kijk ik op welk vlak het er bij iemand aan schort: in zijn persoonlijke leven, in de communicatie met anderen, in zijn toekomstdoelen of in het contact met collega's.

Lekker vaag

Oké, een voorbeeld. Bij een hip modebedrijf lag het probleem in het contact met de klanten. Bij dat bedrijf werken veel jonge mensen wier persoonlijk leven vooral draait om liefde, relaties en versieren. Dat waren de onderwerpen die hen boeiden. Het had duidelijk geen zin om in een cursusje een lijstje tips voor helder communiceren te geven. Die aanpak past ook niet bij het merk en de mensen. Ze moesten leren om een verbinding te maken tussen de manier waarop ze omgingen met persoonlijk relaties en de manier waarop ze communiceerden met de klant.

Flirten met de klant dus

Ja, eigenlijk wel. Je wilt contact met iemand maken en ervoor zorgen dat hij je aardig vindt. Mensen die privé niet durven te zeggen dat ze een relatie met een ander willen, kunnen dat vaak ook niet bij een klant. Conclusie: als je weet waar het in je persoonlijke leven aan schort dan wil je daar graag verandering in brengen. Zo'n verandering hoeft dus niet puur gericht te zijn op het werk, maar werkt wel door op elk vlak. Dus ook op het bedrijf.

Hoe leer je dat dan?

De kern van mijn aanpak is dat mensen ervoor moeten zorgen dat ze iets doen waar ze plezier in hebben en vervolgens te leren van anderen. Ik laat hen zelf een voorbeeld kiezen: iemand die ze bewonderen en op wie ze willen lijken. Mensen accepteren vooral iets van iemand die ze als held beschouwen. Dat kan een bekend persoon zijn maar ook iemand uit het bedrijf zelf. Laatst was ik bij een groep jonge mensen die Madonna fantastisch vond om haar vastberadenheid, haar directheid en haar originaliteit. Dan gaan we Madonna kopiëren: hoe word ik Madonna in tien stappen, zeg maar. Ik overleg wel eerst met leidinggevenden over de randvoorwaarden zodat we binnen die grenzen een aantal gedragskenmerken definiëren.

En waar schort het bij jou aan?

Mensen in mijn omgeving zeggen wel eens: Harold schreeuwt altijd dat je trouw moet blijven aan je eigen ik, maar ondertussen is hij trouwer aan A*Life. Misschien is dat ook wel zo.

Machteld Vos

Dit interview komt uit Quote, het bijtertje onder de zakenbladen, mei /juni 2001