

Leading Change – 17 januari 2017

EFFECTIEVE VERANDERCOMMUNICATIE

Over de relevantie en het belang van Storytelling & Storylistening

Hartelijk dank aan gastvrouw
Annemarieke Koster



Na een heerlijk lunch begonnen we aan een rondleiding in het centrale distributiecentrum van Albert Heijn in Geldermalsen, inclusief uitgebreide uitleg over de verschillende logistieke lijnen van binnenkomende en uitgaande goederen, de 24/7 organisatie, samenstelling personeelsbestand, wijze van aansturing orderpikkers, de continue aandacht voor efficiëntie, alles ICT-gestuurd. Superinteressant en volop aandacht voor de veelheid aan vragen van de deelnemers.

Deelnemers wisselen hun persoonlijke 'veranderstories' uit en leren elkaar op die manier weer beter kennen. We werken er aan door het 'elkaar beter leren kennen', dat er een hechte groep community deelnemers gaat ontstaan, die door elkaar regelmatig te ontmoeten, elkaar ook buiten de bijeenkomsten benaderen, waardoor je 365 dagen voordeel uit je Rumbold-lidmaatschap kunt halen!



Annemarieke Koster (AH Logistics) en Rogier van Koetsveld (Ideoloog) presenteerden twee praktijkverhalen van AH Logistics en Medtronics over 'storytelling' en de gehanteerde methode; hoe is het proces ingestoken? met welke rol van de 'top', van het middenkader en van de vloer?

Methode AH Logistics :

- Vice President is het boegbeeld van story 'de meest geliefde en gezondste dc's van Nederland'
 - 4 duidelijke doelen in toegankelijke taal en ondersteund door tekeningen
 - Verhaal door VP verteld in alle distributiecentra, in alle shifts
 - Inzet van filmpjes om story verder te brengen in de organisatie
 - Inzet van 'supporters', collega's gevraagd vanuit hun kwaliteiten om vanuit enthousiasme mee te doen
- Vragen die er nu zijn: onder meer middenkader meer in woord en beeld brengen, dus VP op afstand. De beweging op gang houden en naar resultaten brengen.*



Methode Medtronic' ('waarderend vernieuwen'):

- Verschillende vertegenwoordigers uit de organisatie binnen kader/vraagstelling verhalen laten maken vanuit een positieve mindset
- Resultaten zijn krachtige en eigen verhalen; DNA van organisatie is hierin zichtbaar
- De verhalen - die participatief en van onderaf gemaakt zijn - zijn gebruikt om veranderbeweging binnen totale bedrijf in gang te zetten





Vervolgens is er in subgroepen doorgepraat (verdieping, uitwisseling van ervaringen, leren van elkaar) met output :

- Ga doelgericht je verhalen vertellen!
- Mensen worden graag gehoord
- Creëer een informele en veilige sfeer
- Zet eventueel facilitators in om een gesprek tot bloei te laten komen
- Kwetsbaar opstellen van management zonder waardeoordeel helpt
- Positief framen zorgt voor een positief startpunt
- Verhalen verbinden en brengen vertrouwen; meer dan alleen facts & figures.
- Een goed verhaal neemt de historie mee van een organisatie (waar komen we vandaan) en wijst de toekomst (waar gaan we naar toe); richting is belangrijk; doelen dus handig en noodzakelijk
- Medewerkers die kritisch zijn ook meenemen; weerstand benoemen en overwinnen is ook part of a good story; het maakt een verhaal ook reëel; geen enkele verandering gaat zonder weerstanden
- Rol van de teamleider is bijzonder; hij/zij is de veranderaar, maar ook de veranderde
- Om tot verandering te komen is (een virale) beweging nodig. Dus mensen die op kop gaan lopen, anderen mee nemen. De koplopers moeten over bepaalde persoonlijke kwaliteiten beschikken, maar ook relevant is dat ze 'invloed' hebben in hun organisatie (en beïnvloeders zijn). Dit is in kaart te brengen.
- Interessant: 6 beïnvloedingsstrategieën van Robert Cialdini en YouTube-filmpjes van Fred Kofman over 'Reponse-Ability'



Het onderwerp voor de volgende bijeenkomst is nog in ontwikkeling, maar zal te maken hebben met 'verantwoordelijkheid'. Arlette Gilbert (Bilderberg) en Lonneke Appels (Appels HR&O) gaan ons helpen bij de voorbereiding.

We houden je op de hoogte!

Houd **13 april '17** vrij in je agenda.

We zien je dan graag in Hotel De Bilderberg te Oosterbeek.

