



GOED BEZIG!

PRAKTIJKGIDS VOOR DE
PROFESSIONAL ORGANIZER

Martine Vecht





GOED BEZIG!

**PRAKTIJKGIDS VOOR DE
PROFESSIONAL ORGANIZER**
Martine Vecht



© 2016 Tekst Martine Vecht
School voor Organizing, een imprint van Bien-être
www.schoolvoororganizing.nl

Grafische vormgeving: Frank de Man
Foto omslag: Fred van Heerde
Tekstadvies: Nienke van Oeveren, Boekredactie
Correctie: Nelleke de Jong-van den Berg, tekstbureau berg in de polder
Foto auteur: Oscar Limahelu, Lima Fotografie & Vormgeving

ISBN 978-90-813122-0-2
NUR 808
Tweede druk: augustus 2016



Alle rechten voorbehouden

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt in enige vorm of enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16B Auteurswet 1912, juncto het Besluit van 20 juni 1974, Stb. 351, zoals gewijzigd bij het Besluit van 23 augustus 1985, Stb. 471 en artikel 17 Auteursrecht 1912, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp). Voor het overnemen vandeelste(n) uit deze uitgaven in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16, Auteurswet 1912) dient men zich tot de uitgever te wenden.

Inhoudsopgave	05
Voorwoord	07
Klanten werven	
1. Geef nooit tips	11
2. Een succesvolle follow-up	17
3. Je tarief bepalen	23
4. De klant binnenhalen	29
De vraag ontrafelen	
5. De intake op een rijtje	35
6. Houvast voor je aanpak	41
7. Opmerkzaam organiseren	49
8. De koers bepalen	55
Het proces begeleiden	
9. Sturen en structureren	61
10. Verhalen van wel en wee	67
11. Je klant heeft spijt	73
12. Weerstand herkennen	79
Professioneel werken	
13. Creatief organiseren	85
14. Een kwestie van eigenaarschap	91
15. U bent geen specialist	97
16. De organizer als coach	103
Dankwoord	111
Over de auteur	113
Over School voor Organizing	115
Noten	117
Bronnen	121

Voorwoord

Binnenkort bestaat de beroepsgroep van professional organizers twintig jaar. Sinds de eerste cursus in 1997 en de oprichting van een beroepsvereniging is er hard gewerkt om het vak in Nederland en België op de kaart te zetten. Dat lukt de laatste jaren steeds beter nu de media de weg naar de branche hebben gevonden. Steeds vaker mag een organizer haar of zijn visie geven op trends als het nieuwe werken, onthaasten, mindful leven, consuminderen en ontspullen.

Onvoldoende bagage

Hoewel het beroep zich in een toenemende belangstelling mag verheugen, komt theorievorming over het vak maar moeizaam van de grond. Zelf merkte ik bij de start van mijn praktijk als organizer al snel dat leeftijd, opleidingsniveau, werkervaring en het deelnemersbewijs van een basiscursus onvoldoende bagage waren om ter zake kundig aan de slag te gaan. Onze vakinhoudelijke ontwikkeling verdient een impuls, al was het maar omdat klanten gebaat zijn bij een gestructureerde en goed onderbouwde manier van werken. Ervaren, geschoolde beoefenaars plegen bovendien effectievere interventies en dragen zo ook weer bij aan een positief beeld van het beroep.

Investeren loont

In onze branche hebben velen hun succes als organizer moeizaam bevochten. Organizers van het eerste uur hebben het vak in Nederland en België naamsbekendheid gegeven. Een tweede generatie organizers laat nu zien dat investeren in professionalisering loont en ook ik heb dat persoonlijk ervaren. Mijn zoektocht naar theoretische onderbouwing was dan ook de aanleiding om *Goed bezig!* te schrijven.

Leeswijzer

Dit boek bestaat uit vier hoofdthema's onderverdeeld in vier hoofdstukken. Het eerste thema, *Klanten werven*, betreft een onderwerp waar veel organizers mee worstelen: acquisitie. Wat kom je tegen als je met mensen in gesprek gaat over je vak? De manier waarop je communiceert bepaalt voor een belangrijk deel of zij verder met je willen praten.

In het tweede thema, *De vraag ontrafelen*, staan de eerste contacten met je klant centraal. Ik bespreek daarin hoe je kunt achterhalen waardoor je klant het probleem niet zelf op kan lossen, zodat je gericht aan de gekozen doelen kunt werken. Achtergrondinformatie en mensenkennis kunnen je daar enorm bij helpen.

Hoe houd je vervolgens grip op het organizing proces? Daarover gaat de reeks hoofdstukken onder het thema *Het proces begeleiden*. Je voelt je verantwoordelijk voor het eindresultaat, maar je klanten reageren soms anders dan je verwacht of hoopt. Hoe kun je tactvol regie nemen en het proces in goede banen leiden?

Het laatste thema is *Professioneel werken*. De complexe casuïstiek waarbij we worden ingeschakeld, vergt soms het uiterste van onze professionaliteit. Spijtig genoeg is onze positie als specialist in de markt nog lang niet vanzelfsprekend. Wat hebben we daar zelf in te doen?

Kritieke situaties

Elk hoofdstuk begint met een kritieke situatie uit de praktijk van de professional organizer. Dit zijn omstandigheden waarin er meerdere handelingsalternatieven zijn en het succes van je optreden mede afhangt van de benadering of de aanpak die je kiest. Een voorbeeld van een beroepskritieke situatie is een acquisitiesprek. Maar ook tijdens de begeleiding zijn er veel kritieke momenten die mede bepalend zijn voor het resultaat. In elk hoofdstuk vind je een toelichting op de

kritieke situatie en leg ik waar mogelijk de relatie met onderliggende psychologische mechanismen en gedragspatronen. Ik sluit af met enkele praktische adviezen en een opdracht om zelf te reflecteren op je aanpak of iets uit te proberen. In de kaders vind je achtergrondinformatie.

Om de leesbaarheid van de tekst optimaal te houden heb ik waar nodig noten opgenomen met een extra toelichting. Je vindt ze achter in het boek in het notenhoofdstuk. De boeken van de auteurs die ik in de tekst noem, vind je in de literatuuropgave daarna.

Krachtige impuls

Veel organizers verkopen hun dienst met de onderliggende boodschap 'organiseren kun je leren'. Maar is dat wel zo? Organizers kunnen zelf uiteraard heel goed organiseren, maar het overdragen van methodes vergt psychologisch inzicht, voorbeeldige communicatie en veel kennis over het aanleren van gedrag. Zijn organizers met hun oplossingsgerichte, praktische instelling in staat om aan te sluiten bij hun klanten en blijvende resultaten te boeken?

Ik ben ervan overtuigd dat het antwoord hierop 'ja' is. In *Goed bezig!* lees je met welke kennis, (gespreks)technieken en methodes je ter zake kundig met je klanten aan hun doelen kunt werken. De casuïstiek is gebaseerd op de honderden verhalen over organiseren die ik de afgelopen jaren heb verzameld; de aangereikte methodes zijn in de praktijk van de School voor Organizing getoetst. Ik hoop dan ook van harte dat dit boek je een krachtige impuls geeft om aan je professionaliteit te werken en als organizer 'goed bezig' te zijn.

Martine Vecht - mei 2016

GEEF NOOIT TIPS

*'Dat heb ik al
geprobeerd en
dat werkt niet
voor mij!'*

Hoofdstuk 1



KLANTEN WERVEN

Vol overtuiging en passie ben je professional organizer geworden. Het is het leukste beroep dat er bestaat, vind je. Als je je kennis en praktisch inzicht inzet om anderen te helpen, boek je snel resultaten: hoe gaaf is dat? Klanten werven is echter een struikelblok, want hoe overtuig je de ander van jouw expertise? Het ligt voor de hand dat je dat doet door te laten merken dat je verstand van zaken hebt, dat je goede adviezen kunt geven, dat je een aanpakker bent en heel erg veel plezier hebt in je vak. Helaas: in weerwil van al je enthousiasme reageren mensen toch vaak afwijzend.

Als je het hebt over organizing, dan heb je het ook al snel over organizingadvies. Loop door de kantoorboekhandel en je ziet tientallen glossy's met tips om tijd te besparen, stress te verminderen of mindful in het leven te staan. Het onderwerp leeft enorm: wie is er eigenlijk *niet* op zoek naar manieren om het minder druk te hebben? Toch staan Nederlanders nog niet zo open voor de (gemaks)dienst die wij organizers leveren. Dat heeft vast iets te maken met onze nuchtere levenshouding en de onbekendheid met ons beroep, maar trots en schaamte spelen ook een belangrijke rol. Er is een groot verschil tussen op eigen houtje oplossingen zoeken of hulp vragen: dat komt wel erg dichtbij.

De hiërarchie van advies

Stel dat je iemand ontmoet met een overduidelijk organizingprobleem. Je neiging is om te helpen of op zijn minst ben je belangstellend: hier staat immers een potentiële klant voor je neus! Hoe laat je merken wat je te bieden hebt? Dat lijkt simpel: je laat doorschemeren dat je wellicht een oplossing weet en misschien deel je al een eerste advies. Drie keer raden wat je gesprekspartner zegt: 'Nee, dat kan niet, want....' Of: 'Ja, maar....' Oeps: in plaats van een gesprek waarin jij vertelt wat je kunt betekenen, ben je ineens in een discussie beland.

Waarom reageert je gesprekspartner zo? Dat komt omdat jij één, twee, drie een advies hebt voor iets waar hij al zo lang mee worstelt. Zo simpel kan het toch niet zijn? Het tekent ook direct jullie verhouding: de ander heeft een probleem en jij hebt de oplossing. Hiërarchisch gezien sta jij ineens boven hem: dat vindt niemand fijn. Onbedoeld heb je weerstand geogst - terwijl je zulke goede bedoelingen had.

De reparatiereflex

De neiging om te pas en te onpas tips te geven noemen we de *reparatiereflex*, onze behoefte om problemen van welke aard dan ook op te lossen, te elimineren of weg te redeneren.¹ Ongemak en pijn is nu eenmaal iets wat we slecht verdragen, ook niet in de ander.

Vanwege jouw oplossingsgerichtheid voel jij de aandrang om problemen te fiksen misschien extra sterk. Combineer dat met de diepe behoefte om je deskundigheid te demonstreren en de klassieke redderseigenschappen van de hulpverlener en we hebben het recept voor een fikse portie weerstand.

De reparatiereflex heeft vaak *imagoreparatie* door je gesprekspartner tot gevolg. Imagoreparatie is de neiging van je toehoorder om de balans te herstellen en het beeld van 'behoefte' te corrigeren. Hij doet dit onder meer door te argumenteren, door jouw tips als ongeschikt af te wijzen, zelf nog meer tips op te gaan sommen om zijn kennis te demonstreren of door zijn eigen probleem te bagatelliseren. Kenmerkend is het zinnetje: 'Dat heb ik al geprobeerd en dat werkt niet voor mij!'

Gonnie: 'Onlangs had ik een gesprek met een kennis over een gezondheidskwaaltje. Zij zag blijkbaar een overeenkomst tussen haar klachten en de mijne, en raadde me een ingrijpend dieet aan waar zijzelf veel baat bij had gehad. Het was een absoluut goed bedoeld, maar een totaal niet-passend advies waar ik bovendien niet om gevraagd had. Ik had het

onaangename gevoel dat ze me een probleem aanpraatte en het effect was dat ik niet meer luisterde. Met andere woorden: ik stond helemaal niet meer open voor goede raad, integendeel.'

Toch tippen

Brandt er een tip op je tong of wil je dolgraag iets delen? Zeg dan bijvoorbeeld: 'Ik heb misschien een ideetje waar je wat mee kunt. Je moet zelf maar kijken of het wat is natuurlijk.' Vervolgens vraag je of de ander interesse heeft in jouw informatie. Door deze voorzichtige formulering wordt het gemakkelijk voor je gesprekspartner om je advies aan te horen en voelt hij zich vrij om het al dan niet ter harte te nemen. Zo benadruk je de autonomie van de ander en spring je zorgvuldig om met zijn gedachten en gevoelens, precies zoals een integer professional dat doet.

Toon begrip

Natuurlijk is tips geven op gezette tijden nuttig en nodig, vooral als iemand erom vraagt. Als dat niet het geval is, laat dan eerst en vooral merken dat je de ander begrijpt. Zeg bijvoorbeeld: 'Dat lijkt me heel vervelend,' of 'Je maakt je echt zorgen om de situatie, hè?' Daarmee erken je dat iets een probleem is, en geef je aan dat je snapt dat iemand daarmee zit. De ander voelt zich hierdoor gezien en recht gedaan.

Er is sprake van gelijkwaardigheid.

Je kunt ook goed doorvragen op de casus door verduidelijking te vragen. 'Wat bedoel je precies met een bende?' of 'Wat heb je allemaal al geprobeerd?' Zo krijg je meer informatie over het probleem en kun je - als je advies wilt geven - beter aansluiten.

Voor de meeste problemen die anderen met je delen, zijn overigens geen simpele oplossingen, anders hadden zij die zelf al verzonnen. Soms hebben mensen gewoon de behoefte om even te klagen: dan

volstaat het om mee te leven. Tijdens het organiseren ga je natuurlijk wél aan de slag met problemen, maar ook dan is het delen van advies pas later aan de orde. De basis voor de vertrouwensrelatie die je met je klant opbouwt is erkenning en begrip, de oplossingen komen later.

Samenvattend: je ontmoet iemand en je vermoedt dat hij behoefte heeft aan iets waarmee jij hem kunt helpen. Luister dan goed, wees empathisch, laat merken dat je de situatie herkent uit je praktijk zonder gelijk je advies uit te storten. Zo wek je nieuwsgierigheid naar je dienst en krijg je eerder de uitnodiging om daar iets meer over te vertellen. Hoe je vervolgens contact houdt, lees je in het volgende hoofdstuk.

OPDRACHT 1

Let eens bewust op of je in de gesprekken die je voert bij jezelf de reparatiereflex en bij je gesprekspartner de bijbehorende imago-reparatie herkent. Het komt vaker voor dan je denkt!

GOED BEZIG!

PRAKTIJKGIDS VOOR DE PROFESSIONAL ORGANIZER

Het beroep van professional organizer is de afgelopen twintig jaar steeds bekender geworden. Toch staat de inhoudelijke ontwikkeling van het vak nog in de kinderschoenen. Daar komt met *Goed bezig! Praktijkgids voor de professional organizer* verandering in.

In dit boek bespreekt Martine Vecht de praktijk van het organiseren aan de hand van vier thema's: Klanten werven, De vraag ontrafelen, Het proces begeleiden en Professioneel werken. Ze maakt psychologische mechanismen en gedragspatronen inzichtelijk, beschrijft en demonstreert belangrijke gesprekstechnieken en deelt uiteenlopende werkvormen.

*'Zeer leeswaardige publicatie over het vak van professional organizer.
Toegankelijk geschreven, informatief en goed onderbouwd.'*

Goed bezig! Praktijkgids voor de professional organizer is het eerste Nederlandstalige boek voor de beroepsgroep zelf, een praktijkgids die je een krachtige impuls geeft om als organizer 'goed bezig' te zijn.

Martine Vecht is een warm pleitbezorgster van professional organizing. Ze richtte de School voor Organizing op om bij te dragen aan de deskundigheidsbevordering van de beroepsgroep.



School voor Organizing

ISBN 978-90-813122-0-2



9 789081 312202 >

