

Marktgericht Denken & Doen

Het bij elkaar brengen van vraag en aanbod vraagt om een goede en duurzame relatie met werkgevers. Bouwen aan duurzame relaties betekent oprechte interesse en nieuwsgierigheid in dat wat er in de markt gebeurt en werkgevers bezighoudt. De werkgever wil gezien en gehoord worden en verwacht daarbij een passende dienstverlening en advies van een gelijkwaardige en deskundige gesprekspartner. De werkgever wil zaken doen met iemand die hem sterker maakt, die waarde toevoegt, iemand die net als hij resultaatgericht denkt en doet en goed aangesloten is op dat wat er in de markt gebeurt. Optimaal inspelen op de vraag in de markt en profiteren van de kansen die je zelf uit die markt weet te halen. Dit vraagt om adviseurs en managers die op een marktgerichte manier denken en handelen.

Het ontwikkelen van Marktgericht denken & doen.

Hieronder staat kort een aanpak beschreven die - op basis van lokale situatie en uitgangspunten – de manager en het team ondersteunt in het ontwikkelen van marktgericht denken & doen. De aanpak, het programma bestaat uit verschillende bijeenkomsten. Dit vanuit de overtuiging dat het verleggen van patronen, het ontwikkelen van resultaatgericht gedrag vraagt om aandacht en herhaling over een langere periode. Het geeft tevens de gelegenheid om op gezette tijden heel concreet terug te kijken naar de voorgenomen plannen, het resultaat te meten en bij te stellen: plan-do-check-act. Rode draad in de aanpak:

- Resultaatgericht werken, werken met concrete marktwerkingplannen, niet voor in de lade, maar als leidraad en werkdocument om met elkaar de koers vast te houden succesvol te zijn in de markt.
- Deskundigheidsbevordering en het nemen van eigen verantwoordelijkheid in het bereiken van het gezamenlijke resultaat.
- Samenwerken: de kracht van het team is de optelsom der delen. Samenwerken niet alleen binnen het team, maar juist ook de verbinding maken met de collega's die verantwoordelijk zijn voor het aanbod.

Aanpak

Het beïnvloeden en ontwikkelen van markt – en resultaatgericht gedrag staat of valt met een helder doel. Vanuit de afgesproken doelstelling (resultaten) wordt tijdens de sessies met de managers en hun teams gewerkt aan plannen. De plannen stellen de individuele medewerker, de manager en het team in staat met focus de afgesproken doelstelling te realiseren. Tijdens de verschillende sessies wordt steeds theorie aangereikt en wordt gewerkt met herkenbare modellen en formats. Praktisch en praktijkgericht, de nadruk ligt op het doen. De dagelijkse praktijk, de markt is daarbij het werkmateriaal. Twee punten staan dus steeds centraal: de markt en het resultaat.

De markt: van buiten naar binnen

Het ontwikkelen van een sterke focus op de markt: denken vanuit de markt, van buiten naar binnen, 'Als je de keuze van de werkgever wilt zijn, zal de je wereld door zijn ogen moeten zien!'. De werkzoekende zoekt een passende baan, de werkgever zoekt een leverancier of partner die hem sterker maakt en zijn problemen mee helpt op te lossen. Maar vervolgens ook durven te kiezen, welke (potentiële) werkgevers passen bij onze missie en ons doel? En hoe kan ik vervolgens deze

werkgever overtuigen van onze toegevoegde waarde? Wat zijn zijn koopmotieven? Dat betekent dat je ook bewust moet zijn van je eigen krachten en toegevoegde waarde én die concreet weet te vertellen. Deze vraagstukken komen aan de orde tijdens de verschillende bijeenkomsten en op basis van aanwezige arbeidsmarktinformatie en bekende instrumenten als SWOT analyses en confrontatiematrix maken de deelnemers keuzes en worden deze keuzes concreet vertaald worden naar een strategie (hoe gaan we ons doel bereiken?) en plan van aanpak (wat gaan we doen om ons doel te realiseren?).

Resultaat

De beweging maken van kennis naar actie: slagvaardig, resultaatgericht, met oplossend vermogen en eigen verantwoordelijkheid. Met de gekozen kansen in de markt, wat ga ik doen en wat levert ons dat op? Wat zijn onze resultaatdoelstellingen en wat kan ik op basis van mijn eigen ervaringen voor patronen herkennen in het jaar? Wat betekent dat voor mijn inspanningen? Kortom, hoe regisseer ik mijn eigen resultaat?

Bouwen aan een sterk team

De managers en hun teams werken tijdens het programma steeds met de eigen plannen en planning die tijdens de verschillende sessies worden vormgegeven: wat hebben we ons voorgenomen en wat levert het op: plan – do – check – act. Ter ondersteuning hiervan kan een voor deze aanpak ontwikkelde planningstool gebruikt worden waar de voorgenomen activiteiten, indien nodig per branche, in de tijd te zien zijn. Deze planningstool kan op groot formaat geprint worden. Iedereen kan dan zien wat de voorgenomen activiteiten zijn en wanneer wat op de planning staat.

Het programma wordt op een zondanige wijze vormgegeven dat het goed aansluit bij de dynamiek van de markt en het ritme in de organisatie. Bijvoorbeeld door te werken in kwartaalsessies, waardoor er per kwartaal kan worden stilgestaan bij de voorgenomen acties en kan worden nagedacht over het aanscherpen van de acties in de komende perioden. In de tussenliggende periode, tussen de sessies, wordt met de manager werkgeversdienstverlening de ontwikkeling van het team nauwgezet gevolgd.

Aanvullende opties

1. Het inzicht krijgen in het eigen profiel en gedrag en het teamprofiel met behulp van MBTI. Gericht op het ontwikkelen van inzicht in de eigen voorkeursprofiel, welke valkuilen je als team goed in de gaten moet houden en welke krachten je in kan zetten. Zeer goed in te zetten in teams die zoeken naar de juiste samenwerking. Om ook hierin een slag te maken naar Marktgericht denken & doen is een werkboek ontwikkeld dat de medewerkers na inzicht in het eigen MBTI profiel in staat stelt de communicatie beter af te stemmen op gesprekspartners binnen de organisatie en in de markt. Het werk uitstekend bij het ontwikkelen van gespreksvaardigheden: vanuit welk voorkeursprofiel communiceer ik met een klant of collega?
2. 'Effectief in gesprek', Theorie en praktijk. Resultaatgericht in gesprek, wat zijn de fasen in een goed gesprek? Hoe kan ik in een gesprek een overtuiging ombuiten naar een opening? Oefenen in kleine groepen met acteur. Kan goed gecombineerd worden met optie 1.
3. Persoonlijke markt coaching. Persoonlijke begeleiding bij het maken van plannen en het beter benutten van werkgeverscontacten. Goed in te zetten bij startende medewerkers of juist het

doorontwikkelen van medewerkers. Het concreet meegaan op gesprekken bij werkgevers behoort tot de mogelijkheden.

4. 'Presenteren en overtuigen met lijf en leden'. Hoe kan je je boodschap kracht bij zetten en zo impactvoller en overtuigender overkomen door te werken aan je non-verbale aspecten bij presentaties. Of dit nu een presentatie is voor grote groepen, een klein gezelschap of alleen met een klant of collega.
5. De Pitch, een perfect instrument voor een sterke indruk en een krachtig begin van je gesprek. Hoe bouw je een sterke pitch op en hoe stem je je af op je doelgroep? Korte workshop die makkelijk in het programma opgenomen kan worden of als losse bijeenkomst bijvoorbeeld ter voorbereiding van een belangrijk evenement.
6. Time Management, een klassieker, maar nog steeds worstelen mensen met het stellen van prioriteiten en het 'managen' van de agenda. Hoe maak in een dag worden deelnemers bewust gemaakt van de eigen patronen en krijgen handvatten hoe deze te doorbreken zijn

Uitvoering

Het programma wordt vormgegeven door Yvonne Caspers, tevens de leadtrainer. Afhankelijk van de grootte van het team en de behoefte in teamontwikkeling, wordt zij ondersteund door een collega trainer van MANS of andere specialisten. De deelnemers ontvangen na elke sessie een praktisch werkboek met de gebruikte tools en taal.