

Iedereen heeft een X-factor

“We zijn niet gewend mensen aan te spreken op hun kwaliteiten. Wij kijken juist naar hun zwakheden”, zegt Marc Cox. Mensen proberen daardoor hun zwakheden te compenseren en maken veel situaties voor zichzelf nodeloos ingewikkeld. “Zij kunnen beter zichzelf blijven, dan bereiken zij meer”, is Cox’ stellige overtuiging. Hij noemt zijn bureau voor training en coaching niet voor niets Go2Basics.

ing. Geesje Rotgers

De visie van Marc Cox komt niet uit studieboeken, al leest hij graag filosofische beschouwingen over succesvol verkopen en adviseren. Zijn wijsheid heeft hij vooral verworven door ervaringen in de commerciële varkenshouderij. Cox studeerde zoötechniek aan Wageningen Universiteit, werkte in de productontwikkeling bij veevoerb企业 Hendrix Voeders, maakte vervolgens de overstap naar de varkensfokkerij en werkte onder meer bij Topigs en PIC Europa. Voor PIC was Cox verantwoordelijk voor de opleidingen van medewerkers die contact hadden met klanten, zoals verkopers, adviseurs en accountmanagers. Tegenwoordig heeft hij zijn eigen bureau Go2Basics en verzorgt hij trainingen in sociale vaardigheden, commerciële vaardigheden en productkennis. “Let op, deze drie elementen horen onlosmakelijk bij elkaar. Het gaat erom dat je weet hoe je jouw product verkoopt.” PIC Europa is één van zijn grootste klanten.

Leren is moeilijk

Veel bedrijven verzorgen zelf de bijscholing van hun medewerkers in technische en commerciële vaardigheden. “Ze besteden de scholing in sociale vaardigheden vaak uit aan een extern bureau. De medewerkers gaan twee dagen naar een cursus in succesvol adviseren en krijgen een lijstje met persoonlijke verbeterpunten mee naar huis.” Het effect van zo’n cursus is meestal klein, omdat mensen niet weten hoe zij de verbeterpunten moeten oppakken. Cox: “Zij richten zich meteen op alle punten tegelijk. Maar sociale vaardigheden veranderen is moeilijk. Bovendien moet je die niet alleen op je werk veranderen, maar ook in je privéleven. Als je tijdens een verkoopgesprek nooit iemand laat uitspreken, doe je dat thuis ook niet.” Cox adviseert de punten één voor één op te pakken. “Op school hebben wij vroeger toch ook alles stap voor stap geleerd?” Voor het oefenen van sociale vaardigheid hanteert Cox de ‘tien-dagen-test’. Door er tien dagen bewust op te letten – dus,

De X-factor in presentaties

Het geven van een presentatie is voor veel adviseurs steeds weer een spannend moment. Kom ik wel goed over? En hoe zal de zaal reageren? Ook hier adviseert Marc Cox om vooral jezelf te zijn. Maar hoe?

Tip 1 “Leg de schoolboekjes aan de kant en houd je eigen verhaal. Zo kom je het meest natuurlijk over en heb je de grootste X-factor. Maar wat zie je in de praktijk? Mensen grijpen gemakkelijk naar de powerpointpresentatie van een collega, omdat dat verhaal laatst zo lekker overkwam. “Als je het verhaal van een ander vertelt, houd je een voordracht. Dat komt onnatuurlijk over, niet doen dus. Uiteraard mag je wel leuke elementen jatten uit presentaties van anderen, maar maak er je eigen verhaal van. Je hoeft geen topspreker te worden, maar je kunt er wel voor zorgen dat een presentatie je gemakkelijker afgaat.”

Tip 2 “Neem rust vooraf. Veel mensen beginnen veel te laat aan hun presentatie. Een presentatie die onder tijdsdruk tot stand komt, mist meestal creativiteit. Creativiteit vloeit voort uit het ‘het langzame brein’. Creatief denken en haast gaan dus niet samen.”

Tip 3 “Begin een themagerichte presentatie met een analogie: een spreuk, een beeld, een kunstwerk. Onbekende informatie blijft beter hangen als die wordt opgehangen aan een algemeen bekend iets. Bijvoorbeeld een foto van Marco van Basten naast een foto van een varkenshouder, met de analogie: ‘Ook al was je ooit de beste voetballer, het betekent niet dat je ook de beste manager bent / ook al was je de beste varkenshouder, het betekent niet...’”

Tip 4 “Oefen de presentatie drie à vier keer voor jezelf. Dan slijt de presentatie in en verlopen de overgangen soepel. De presentatie loopt nu automatisch en komt daardoor natuurlijk over.”



MARC COX

“Je moet niet proberen mensen te veranderen, ze gaan dan juist minder goed functioneren. Iedereen heeft bijzondere kwaliteiten, een X-factor, en daarin ligt de kracht van een persoon.”

Foto: Geesje Rotgers

laat iemand uitspreken – wordt het een automatisch gedrag. En dan pas lukt het. Er is een tweede reden waarom cursussen in sociale, maar ook technische en commerciële vaardigheden tekortschieten. Volgens Cox beschouwen veel bedrijven een cursus als een goede bijscholing van hun personeel. “Maar een cursus is niet genoeg. Als op een cursus geen training (oefenen) en coaching volgt, zakt de kennis snel weg. De kennis wordt zo geen auto-

matisch gedrag. Pas als je iets vaak (tien keer) hebt geoefend, beheers je het. Veel bedrijven vergeten die training en coaching, of vullen die uit oogpunt van zuinigheid niet in.” Cox pleit ervoor dat medewerkers zich naast de training ook laten coachen, bij voorkeur door iemand binnen het bedrijf die zij zelf hebben uitgezocht. “Dit is dus niet direct de chef van de afdeling, die kies je meestal niet zelf uit.”



Kwaliteiten van mensen

Bedrijven benutten de kwaliteiten van hun mensen onvoldoende, constateert Cox. "Ik zie veel incompetenties bij verkopers, bijvoorbeeld in de mate waarin zij open vragen stellen." Maar ook aan hun kennis schort het geregeld. "Wie weet nog hoe je de voederconversie berekent?" Cox neemt tijdens zijn trainingen soms een proefwerk af. "Op zo'n moment vraag ik naar kennis die de medewerkers volgens hun leidinggevende paraat moeten hebben. "De resultaten vallen bijna altijd tegen."

De beste manier om mensen vaardigheden bij te brengen is om uit te gaan van hun kwaliteiten en niet van hun tekortkomingen. Bedrijven doen vaak het omgekeerde. En de medewerkers gaan hierin mee, gedreven door de jacht op promotie wringen zij zich in bochten om aan het beeld van hun chef te voldoen. Een voorbeeld: sommige verkopers komen inhoudelijk goed over, maar hun lichaamshouding doet dat niet. Wat gebeurt er in de praktijk? Zij richten zich op hun lichaamshouding – waarin ze dus niet goed zijn –, waardoor ze per saldo slechter overkomen. Cox' redenering is dan ook: "Je moet niet proberen mensen te veranderen, daardoor gaan ze juist minder goed functioneren."

Iedereen heeft bijzondere kwaliteiten, een X-factor, daarin ligt de kracht van een persoon. Probleem is alleen dat veel mensen niet weten wat hun X-factor is. In zijn trainingen gaat Cox

als eerste op zoek naar de X-factor van mensen, ofwel waar zij heel goed in zijn. Hij maakt daarbij gebruik van het kernkwaliteitenprincipe van Daniel Ofman. Aan de allergische reacties van personen herkent Cox iemands bijzondere kwaliteiten. Een bijzondere (= kern) kwaliteit gaat namelijk altijd samen met een allergische reactie. Iemand die heel direct is, reageert allergisch op collega's die voorzichtig uit de hoek komen. En iemand die heel open is denkt dat een collega die dat niet is, informatie achterhoudt. "Als er geen allergische reactie is, gaat het niet om je kernkwaliteit."

En bij elke kernkwaliteit horen valkuilen. Iemand die direct is, zal soms bot overkomen. En iemand die een open boek is, zal af en toe naïef worden gevonden. "De oplossing ligt dan niet in het bestrijden van de valkuil door iemands bijzondere kwaliteiten af te breken, maar in het bewust maken van de uitdaging om bijvoorbeeld subtiliteit toe te passen. Je moet mensen trainen in wat zij wél moeten doen, en niet in wat zij moeten afleren", is de visie van Cox. En door de bijzondere kwaliteiten van alle groepsleden in kaart te brengen, kweek je wederzijds begrip en weet je elkaars kwaliteiten beter te benutten. "En dát komt het bedrijf ten goede. Mensen functioneren gewoon beter als zij zichzelf mogen zijn."

DE X-FACTOR

Probleem is dat veel mensen niet weten wat hun X-factor is, ofwel waar ze heel goed in zijn.

Foto's: Geesje Rotgers