

Inzicht in denkvoorkeuren voor effectiever advies

Henk ten Have

Jan van der Zee is coach en mediator en geeft in april de training Adviesgesprek voor de vab. In de training komen ook het ontdekken van de denkvoorkeuren van de klant en het adviseren hierop aan bod. Volgens Van der Zee is het voor het eerst dat agrarische adviseurs worden getraind in deze methode.

Van de honderd adviezen die adviseurs geven, worden er 'slechts' twintig uitgevoerd, weet Jan van der Zee. "Dat komt onder meer doordat voor de klant niet duidelijk is wat hij ervoor terugkrijgt als hij het advies, het plan, uitvoert. Door een perspectief voor de klant te schetsen dat past bij zijn denkvoorkeuren, wordt hij intrinsiek gemotiveerd om het advies te gaan uitvoeren", vertelt Van der Zee.

Als voorbeeld noemt hij een autoverkoper die dezelfde auto verkoopt aan klanten met verschillende denkvoorkeuren. Aan een

creatieve klant doet hij voorstellen met aparte kleuren of grappige accessoires. Klanten die op feiten zijn gericht vertelt hij over de kostenvoordelen van de auto. De geordende klant krijgt te horen over de opbergmogelijkheden en dat handige vakje voor muntjes, en aan de klant die sociaal gericht is vertelt de verkoper dat deze auto 'vrienden scoort' en overigens een goede radio heeft. Door de denkstijlen van de klanten te (her)kennen, kan de autoverkoper voor elke klant een mooi perspectief schetsen. Hij laat zijn verkoopboodschap aansluiten bij elke gesprekspartner.

Luisteren

De nieuwe training van Van der Zee begint met leren empathisch te luisteren. "De kennis van de adviseur zit hem of haar vaak in de weg om goed te kunnen luisteren naar de klant. Ze zien de ondernemer door een

gekleurde bril. Door je gedachten te parke- ren en blanco het gesprek in te gaan, kun je je beter inleven. Minder 'weten' dwingt je om meer te weten te komen."

Weet je eenmaal, door goed te hebben geluisterd, wat je klant wil, maar wil hij vervolgens jouw advies niet uitvoeren, dan kan dat komen doordat je geen rekening hebt gehouden met de denkvoorkeuren van de klant. Hierover gaat het tweede gedeelte van de training van Van der Zee. Bij zijn training

vraag te stellen, bijvoorbeeld: Wat zou je doen met een miljoen? De mensen met een creatieve denkvoorkeur zullen deze vraag heel anders beantwoorden dan de mensen met een rationele 'ik'. Of: Aan welk werk heb je een hekel? Met welke mensen kun je het best overweg? Van der Zee: "Altijd komt bij dergelijke vragen de waaromvraag om de hoek. Soms geven mensen sociaal verantwoorde antwoorden. Dus ook hier geldt: doorvragen!"

DENKVOORKEUREN BOER EN ADVISEUR KUNNEN NOGAL VERSCHILLEN

gebruikt hij een model, ook wel het *ned herrmann-model* genoemd, dat de hersenen in vier kwadranten verdeelt. Elk van deze kwadranten correspondeert met een bepaalde denkvoorkeur: rationeel, geordend, creatief en emotief (zie illustratie). Mensen met een rationele 'ik' denken bij voorkeur wetenschappelijk, technisch, financieel. De geordende mensen denken vooral administratief, toezichhoudend en dienstverlenend. De 'creatieven' denken het liefst verkennend, artistiek en ondernemend en de emotieve mensen met name educatief, sociaal/helpend en ondersteunend.

Als je weet welke denkvoorkeuren je klant heeft, kun je daarop adviseren. Maar eerst zul je je eigen denkvoorkeuren moeten ontdekken. Van der Zee: "Adviseurs zeggen weleens dat ze geen klik hebben met een klant. Dat komt vaak doordat ze te veel vanuit hun eigen denkvoorkeur adviseren. De adviseur is comfortabel in zijn eigen denkvoorkeur, maar dat betekent niet dat de klant zich net zo comfortabel voelt in deze voorkeur van denken en spreken."

Miljoen

In zijn training laat Van der Zee de deelnemers eerst hun eigen denkvoorkeuren ontdekken met behulp van het model met de vier denkstijlen. Vervolgens leert hij hoe je de denkvoorkeuren van je klanten kunt ontdekken. Dat kan al door een eenvoudige

Als je je eigen denkvoorkeur kent en die van je klant hebt ontdekt, kun je een advies maken dat bij de denkvoorkeur van de klant past en voor hem een perspectief schetsen – wat krijgt hij ervoor terug – zodat hij beter gemotiveerd is om het advies uit te voeren. "De ene ondernemer zul je meer aan moeten spreken op planning en de ander meer op het voordeel qua tijdsbesparing en wat hij met deze tijd zou kunnen gaan doen. Weer een ander zul je aan moeten spreken op het rendement van de tijdsinvestering. Maar er kunnen ook heel andere dingen zijn die de ondernemer motiveren."

Verschillen

Vab-adviseurs hebben veelal een analytische geest en zijn dol op getallen. Daarmee komen ze in het 'hokje' rationele 'ik' van het model dat Van der Zee gebruikt. Boeren zitten qua voorkeur van denken niet altijd in die hoek, zegt Van der Zee. Dat betekent dus dat de denkvoorkeuren van de adviseur en de boer nogal kunnen verschillen, waardoor de kans groter is dat adviezen niet of maar half worden uitgevoerd. "Door jouw denkvoorkeur en de denkvoorkeur van je klant te kennen, kun je de klant zo motiveren dat jouw advies het advies van de klant wordt en dat de klant zijn eigen advies gaat uitvoeren. Hiermee wordt advies geven leuker, effectiever en efficiënter."

DENKVOORKEUREN

Een illustratie van het model dat Jan van der Zee (onder) in zijn training gebruikt.

Foto: Jan van der Zee



Agenda

Training Adviesgesprek Denkvoorkeuren, luisteren en gericht adviseren

Datum: 9 april en 21 april 2015
Tijd: 14.30-20.00 uur
Locatie: Maanlander 43, Amersfoort
Kosten: 285 euro excl. btw

Meer informatie: www.vabnet.nl

Graslandmanagement Studiebijeenkomst

Datum: 30 april 2015
Tijd: 13.00-18.30 uur
Locatie: De Marke, Hengelo (Gld.)
Kosten: 185 euro excl. btw

Meer informatie: www.vabnet.nl

PAS, Besluit Huisvesting en RAV Verdiepingsbijeenkomst

Datum: 19 mei 2015
Tijd: 15.00-19.30 uur
Locatie: centraal in Nederland
Kosten: 185 euro excl. btw

Meer informatie: www.vabnet.nl