
Het verduidelijken van de noodzaak tot veranderen

Om de veranderingsbereidheid van betrokkenen te verhogen, is het van essentieel belang de noodzaak van de verandering aan hen duidelijk te maken. Hoe meer deze noodzaak voor het veranderproces helder en herkenbaar is, hoe groter de bereidheid zal zijn een bijdrage te leveren aan de verandering en hoe groter het draagvlak voor verandering zal zijn. Het verduidelijken van de noodzaak tot verandering is tweeledig:

Talk the talk...

Allereerst zal de veranderaar de urgentie van de verandering naar alle betrokkenen moeten communiceren. Duidelijke informatie omtrent de verandering dient daartoe consequent aan de betrokkenen te worden verschaft.

Volg daarbij het kernpatroon van 'zien, voelen, veranderen': een dramatische, in het oog springende of aanlokkelijke situatie wordt gecreëerd die anderen helpt het probleem of de oplossing daarvoor te visualiseren [zien]. Deze beelden roepen gevoelens op die veranderingen mogelijk maken óf ze verzachten gevoelens die de verandering in de weg staan [voelen]. Uiteindelijk zullen deze gevoelens een nieuw gedrag versterken [veranderen].

Het gebruik van cijfers en feiten over de eigen organisatie zijn daarbij een behulpzaam middel. Ook kan het gebruik van rampenscenario's erg effectief werken, omdat het een grote impact zal hebben op het gevoel van de betrokkenen. Een ander effectief communicatiemiddel is het presenteren van een benchmarkstudie. Zichtbaar superieure werkwijzen trekken de aandacht en op deze manier kan de veranderaar aangeven wat de voordelen van het veranderproces zijn en wat het effect is. Ook kan hij aangeven wat de effecten zijn indien de verandering niet wordt doorgevoerd.

And walk the walk...

Maar communiceren alleen is niet genoeg. De veranderaar dient ook zodanig te handelen dat de noodzaak van de verandering duidelijk wordt. De eenvoudigste manier van handelen, is door de veranderaar zelf de voorlichting over het veranderproces te laten uitvoeren. Omdat de veranderaar vaak een lid uit het managementteam is, dringt het bij de betrokkenen door dat de verandering niet alleen op hen van toepassing is, maar dat het de gehele organisatie raakt.

Een andere manier van handelen is door het veranderingstraject ook daadwerkelijk te starten. Veranderinitiatieven dienen zo snel mogelijk door de hele organisatie plaats te vinden, zodat de werknemers ook merken dat er een verandering gaande is.

Een volledig andere en drastische wijze, waarmee de noodzaak van het veranderproces duidelijk wordt, is het binnenhalen van nieuwkomers in de organisatie. Dit hoeven niet per sé kostbare externe adviseurs te zijn, maar dit kan ook gewoon nieuw personeel zijn. Een voorwaarde is wel dat de nieuwkomers al de noodzaak van de verandering inzien. Dit trekt aandacht binnen de organisatie, zodat het veranderproces in beeld komt.

Organisatieverandering is iedere aanpassing van organisatiestructuur, strategie, processen en het wijzigen van het gedrag van werknemers
