



Bedrijfsreading: De energie van je bedrijf lezen

In één gesprek een ander perspectief op je vraagstuk!!

Wat is een bedrijfsreading?

Bedrijfsreaden is het 'lezen' van de energie van een bedrijf, waardoor in zeer korte tijd onbewuste factoren boven tafel komen, die direct of indirect de drijvende (tegen)krachten zijn op het gebied van je vraag. De meeste readers zijn helderziend of heldervoelend, ik ben echter helderhorend: bij mij gaat het in eerste instantie via een gesprek, waarbij ik door iemands stem veel extra informatie krijg.

Case: Niet happy in zijn zaak

Ik sprak met een directeur van een consultancy bureau met 15 medewerkers, die heel enthousiast over zijn plannen kon praten, maar toch ergens niet tevreden was. Na verloop van tijd viel het me op dat hij eigenlijk alleen enthousiast was als hij over zijn medewerkers sprak en de manier waarop hij ze ging opleiden, coachen etc. Als hij over de nieuwe koers en de nieuwe zakelijke activiteiten sprak, werd hij vlakker in zijn spreken. Ik vroeg daar op door en toen bleek dat zijn compagnon de koers en de plannen in grote lijnen had gemaakt en hij alleen enthousiast was voor het gedeelte waarbij de medewerkers opgeleid en gecoacht zouden worden. Toen ik hem dat spiegelde, kon hij dat zelf ook ervaren en inzien. Hij vertelde me toen dat hij de plannen eigenlijk veel te groots vond. Na doorpraten bleek zelfs dat hij er gevoelsmatig helemaal niets mee had. Maar omdat hij het coachen van het personeel zo leuk vond, had hij ingestemd met de plannen. Hij heeft daarna corrigerende acties ondernomen.

Wat valt er te 'lezen' aan een bedrijf?

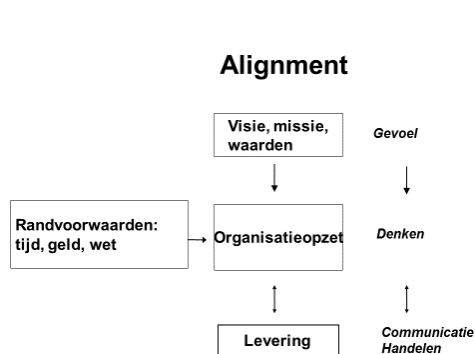
Als een ondernemer een bedrijfsreading vraagt, dan speelt er een probleem of vraag waar hij of zij zelf niet uitkomt. Meestal ligt de oorzaak hiervan op een dieper niveau dan waarop het probleem zich voordoet. Om op causaal niveau naar een onderneming te kijken, check ik de volgende aspecten:

- is er bezieling en vitaliteit in het bedrijf?
- is er voldoende aarding: realisme en de kracht om iets in een vorm neer te zetten
- is er alignment tussen *de essentie* en *de vorm* van het bedrijf

En dit readen vindt plaats binnen de context van randvoorwaarden als geld, tijd, wetgeving of anderszins. Voordat ik dit vertaal in een aanpak van een vraag van een ondernemer, eerst even een korte uitleg over bovenstaande begrippen.

De kenmerken van bezieling in een bedrijf

Wanneer er een bezielde visie of leider in een bedrijf is, dan kan dat tot elan in het bedrijf leiden, waardoor het creatief- innovatief- en probleem oplossend vermogen groter worden en het bedrijf vitaal wordt. Zodra er geen bezieling meer is, wordt het vroeger of later zwoegen, komt er onvrede en wordt de kans op tegenslag, disharmonie en ziekteverzuim groter. Bezieling moet wel geaard worden en daarvoor is pragmatisch realisme nodig. Ook daar check ik op.



Alignment

Alignment is het op één lijn zijn van de *essentie* (visie, missie en waarden) met de *vorm*. Met de vorm bedoel ik de organisatie de mensen en de fysieke middelen. Dat is een vertaling van het gevoel naar denken en in deze vertaalslag worden vaak fouten gemaakt. Dan inspireert het werk niet helemaal, ook al deed je visie dat wel. Dit zie ik o.m. bij ondernemers waarbij geld of tijd een te sturende factor is. Dan wordt je visie niet 1-op-1 doorvertaald naar de wijze waarop de organisatie bestuurd wordt dus hoe er met mensen, middelen of behuizing om gegaan wordt. Ik zie het ook bij bedrijven met twee partners, waarbij de koers een compromis is, die beiden niet echt inspireert. Bij startende bedrijven zie ik een behoefte om de juiste *marketing vorm* te vinden, die inspireert i.p.v. dat het

zwoegen wordt. Alignment is dus letterlijk het op één lijn brengen van managementstijl, HRM-opzet, processen, middelen en mensen, met de intentie en waarden van de onderneming, zodat het geheel inspireert en er elan in het bedrijf komt. Dat straalt uit en trekt klanten aan.

Bedrijfsreaden versus business coaching

Ik heb vaak readings over mijn eigen bedrijf laten doen. Ik kreeg dan op zeer snelle wijze een totaal ander perspectief op een kwestie aangereikt. Maar soms kon ik niets met de reading. Pas later begon ik te herkennen dat dat vaak aan de vorm lag, dus aan de voorbeelden of aan de wijze van verwoorden van de reader. Ik heb dan ook zowel als reader als in de rol van ondernemer die gead werd, ervaren dat het effect van een reading valt of staat met het feit of je als ondernemer feedback geeft op wat de reading met je doet. Want soms deed een reading te weinig met me en ben je als ondernemer geneigd om de volgende dag de reading te vergeten. Terwijl ik door ervaring weet, dat als je als ondernemer duidelijke feedback geeft, de reader andere woorden eraan kan geven, je kan coachen of andere voorbeelden kan geven, waardoor het kwartje wel valt.

Een heel ander fenomeen is dat de reader lang niet altijd de 'kale' informatie doorgeeft, maar vaak zijn of haar interpretatie en daardoor herkende ik soms niet de essentie van de boodschap van de reading. Ik heb voor mezelf de conclusie getrokken dat als ik een reading op afstand heb gedaan, ik eerst de beelden aanreik en daarna mijn interpretatie. Dan kan je samen gemakkelijker de vorm vinden die raakt en die de ondernemer relevante informatie geeft. Mijn vuistregel is hierbij: wat er door de reading wordt aangereikt hoeft niet waar te zijn, maar wat bij de ondernemer raakt is altijd waar. En hier komt het raakvlak met business coaching om de hoek. Het verschil tussen een bedrijfsreading en business coaching is (bij mij althans) dat bij business coaching de ondernemer zelf tot conclusies komt en hij of zij zal hierdoor de informatie dus veel beter verinnerlijken en er praktisch follow up aan kunnen geven. Nadeel van business coaching alleen is dat het veel langer duurt en daardoor duurder is en er relevante informatie over het hoofd kan worden gezien. Ik doe dan ook wel soms een tussenvorm, die ik begeleiding bij 'zelfreading' noem. In plaats dat ik als reader beelden 'lees of opvraag', vraag ik de ondernemer om beelden als zijn taalgebruik daarvoor aanleiding geeft.

Case: Begeleiding in zelfreading

Een projectleider vertelt me dat hij met zijn team in zwaar weer zit. Ik vraag meteen hoe dat zwaar weer eruit ziet, welke beelden hij daarbij krijgt. De man sluit zijn ogen en krijgt een beeld van een schip op zee in zwaar weer. Als ik vraag naar de kenmerken van het schip en de bemanning, ziet hij in dat zowel het schip als de bemanning niet opgewassen zijn tegen het weer waarin ze verkeren. Na deze beelden praten we over de symboliek en de projectleider voelt en ziet opeens dat de opdracht die zijn team heeft gekregen niet in overeenstemming is met zijn middelen, mensen en bevoegdheden. Als hij dit bij de opdrachtgever aankaart en dit weet te onderbouwen, worden hem de middelen toegezegd.

Welke vormen van readen bestaan er?

Ik heb veel verschillende vormen van readings mogen ervaren. Ik ben op bezoek geweest bij readers en heb ook readings per telefoon gekregen. Sommige readers kunnen het zelfs zonder de aanwezigheid van degene die gead wordt. Ik ben helderhorend en moet het in eerste instantie van een gesprek hebben. Dat doe ik het liefst telefonisch. Voor een dergelijk telefoongesprek bereid ik me voor door de website te bestuderen en de info te lezen die de ondernemer me eventueel stuurt om de context goed te kunnen plaatsen. Als de vraag in één telefonische readinggesprek nog niet voldoende beantwoord is, wat vaak bij wat grotere bedrijven gebeurt, ga ik nog in een aparte sessie intunen op het bedrijf (zonder de ondernemer erbij) en krijg ik beelden. Deze beelden zijn soms zonder interpretatie duidelijk en soms moeten ze wel naar de situatie geïnterpreteerd worden. Ik krijg vaak maar één of twee beelden, die de kern of oplossing aan duiden. Sommige readers lezen direct, dus zonder beelden en kunnen heel veel verklarende of nuttige informatie er om heen lezen (meestal m.b.t. de ondernemer persoonlijk en minder tot het bedrijf). Hoewel ik dit in het begin zeker spectaculair vond, begon ik te ervaren dat teveel informatie bij mij vaak averechts werkte, maar dat ligt ongetwijfeld voor iedereen anders.

Case: Er is geen samen er voor gaan.....De vorm is niet in lijn met de intentie

Ze wilde een spiritueel evenement realiseren. Volgens het principe van co-creatie. Ze zou het programma samen met de workshopleiders opzetten, de PR met zijn allen via social media verzorgen en de winst delen. Toch ontstond er geen 'samen er voor gaan'. Ze kon de vinger er niet achter krijgen want er waren geen weerstanden of problemen, maar de magie van 'samen er voor gaan' ontbrak. Tijdens ons gesprek 'hoor' ik dat haar begin intentie inderdaad 'samen er voor gaan' was en dat dat ook in de programma-opzet herkenbaar was. Maar als ze de financiële opzet bespreekt, verandert haar toon en wordt het duidelijk dat het daar niet zo was. Bij verder doorvragen, blijkt ze qua houding wel degelijk alleen de regie te hebben gehad, maar verwachtte ze op de gebieden waarin ze minder goed was (marketing) hulp en steun. Maar daar waar je mensen de regie ontnemt, hoe subtiel ook, daar is geen co-creatie en dan creëer je geen 'samen er voor gaan'. Dat uitte zich in weinig commitment van de trainers. Cocreatie en commitment vraagt meer dan zaken samen bespreken. Ze had haar doel en intentie helder, maar voor een financiële samenwerkingsvorm gekozen die in strijd was met haar intentie.

Succesfactoren van bedrijfsreaden

Naast het geven van feedback van de ondernemer is een andere succesfactor of de ondernemer vertrouwen heeft in de reader en zich open kan stellen. Dat wordt onder meer bepaald of er een klik is tussen ondernemer en de reader. De ervaring en kunde van de reader spelen natuurlijk ook een rol, maar deze worden sterk opgerekt naarmate de ondernemer zich meer opent voor de reader. Maar nog belangrijker volgens mij is dat elke reader zijn eigen aanpak en manier van verwoorden heeft en bij een klik lijkt het universum te zeggen: "ga maar naar die reader, die weet de juiste snaar bij je te raken". En daar gaat het uiteindelijk om.

Case: Wat speelt hier? Er is veel tegenslag!

Een ondernemer vormt met een medeoprichter de directie van een bedrijf. Later zijn er investeerders bijgekomen. De laatste jaren lukt het maar niet om als bedrijf naar de volgende fase te groeien. De ondernemer heeft het gevoel dat er een tegenkracht werkzaam is omdat er te vaak tegenslag is geweest. Omdat het best een gecompliceerde situatie is, check ik de 4 energetische polen van een bedrijf: bezieling, aarding, de naar binnen gerichtheid (oog voor de organisatie) en naar buiten gerichtheid (oog voor klant en markt). In het gesprek hoor ik duidelijk dat er bezieling voor de visie is, maar tegelijkertijd is er ook zwoegen, moeheid bespeurbaar. De verbinding naar boven lijkt ergens afgeknepen. Wel is er balans in de naar buiten- en binnengerichtheid van de aandacht. Door vragen te stellen over de visie, hoor ik dat de relatie met de investeerders niet goed is. Ik besluit daar nog een aparte reading op te doen. In deze reading op afstand zie ik het beeld van de investeerders die groot zijn en de directieleden klein. Er is een onbalans in de interactie, waarbij de directie niet gaat staan voor hun visie en meegaat met wat de investeerders willen. Omdat deze de grootste aandeelhouders zijn. Dat kan juridisch juist zijn, maar energetisch volstrekt niet, daar de oprichters tevens de directie zijn en zodoende de ziel van het bedrijf vormen. Hierdoor gaat de directie (en dus het bedrijf) uit zijn kracht en leven ze hun visie niet en dat verklaart het zwoegen. En ook de tegenslag. De ondernemer herkent dit, maar ziet niet onmiddellijk een oplossing hiervoor. We bespreken daarna mogelijke oplossingsroutes.

De prijs is veelal geen probleem

Mijn ervaring is dat bij zzpers de drempel tot een bedrijfsreading lager ligt dan bij bedrijven met personeel. Bij sommige zzpers waarbij omzet een probleem is, speelt de prijs soms een rol, vermoed ik. De tarieven voor een reading voor een bedrijf van een zzper liggen tussen € 150,- en € 250,- en dat is goedkoop voor het effect, vind ik zowel in mijn rol als ondernemer als die van bedrijfsreader. Omdat het vaak tot een strategische koersverandering leidt of tot de oplossing van een probleem op strategisch niveau.

Bij grotere bedrijven liggen de prijzen veel verder uiteen en lopen ze van € 250 tot € 500,- of hoger. Door de onbekendheid met bedrijfsreaden ligt hier de drempel nog wat hoger en kan het tarief een rol spelen, vooral als het bedrijf minder goed draait. Maar ook hier geldt dat je heel veel waarde krijgt voor relatief weinig tijd én geld.

Dus heb je een probleem of disharmonie? Eén telefoontje en je hebt een ander perspectief!

Door readen op afstand of per telefoon of skype is de drempel voor een bedrijfsreading sterk verlaagd. Bedrijfsreaden is in opkomst, net zoals dat een tijd geleden met business coaching was. De combinatie van die twee is in bepaalde gevallen ijzersterk en in veel gevallen niet noodzakelijk. Naarmate het bedrijf groter is, komt er vaak meer dan één telefoontje bij kijken. Bij zzpers en bedrijven onder de 10 personen geeft één telefoontje niet alleen een ander perspectief en dientengevolge een oplossing of koersverandering, maar het geeft ook vaak innerlijke rust en ruimte.

Bart van Baarsen

businesscoach en bedrijfsreader
reacties graag naar info@arjuna.nl