

KLEIN

RECEPTENBOEK

VOOR HET NIEUWE WERKEN



49 PRAKTISCHE RECEPTEN

ROLAND HAMEETEMAN | BEN KUIKEN | GONNY VINK

HAYSTACK

INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD	10
DRIE STERREN VOOR HET NIEUWE WERKEN	12
DE MENUKAART VAN DIT BOEK	14
RECEPT 1 BASISRECEPT VOOR EEN BEDRIJFSMISSIE WIE BEN IK?	16
RECEPT 2 BASISRECEPT VOOR EEN HELDERE VISIE PITTIGE VISIESHOTEL	21
RECEPT 3: VERTROUW NOOIT EEN DUNNE KOK MISSIE- EN WAARDETAART	25
RECEPT 4: STEL EEN VIJFJARENPLAN OP PLAN DE CAMPAGNE	29
RECEPT 5: NODIG KRITISCHE BUITENSTAANDERS UIT BORDJE FRISSE BLIK	33
RECEPT 6: GEEF MEDEWERKERS DE RUIMTE QUICHE EMPLOYÉ	36
RECEPT 7: STEL GRENZEN ROOD SOEPJE	39

RECEPT 8: LEER ELKAAR KENNEN	42
VEELKLEURIGE PASTA	
RECEPT 9: NORMEN, WAARDEN EN GEDRAG	45
WORMEN EN MADEN	
RECEPT 10: GEEF EN ONTVANG FEEDBACK	48
COUPE KRITIEK	
RECEPT 11: STEL GROEICOACHES AAN	50
GROEIBAKGROENTEN	
RECEPT 12: MAAK INDIVIDUELE GROEIPLANNEN	53
GROEIBAKGROENTEN SPECIAAL	
RECEPT 13: WERK MET DE JUISTE MENSEN	56
SÉLECTION DE PERSONNEL	
RECEPT 14: WERK NIEUWE MEDEWERKERS GOED IN	59
BOUILLON DE PERSONNEL	
RECEPT 15: REGEL EEN AANTAL ZAKEN GEWOON GOED	62
PROCES DE BORDEAUX	
RECEPT 16: MAAK CREATIVITEIT MOGELIJK	64
CREATIVITEIT OP EEN BEDJE VAN ZEEKRAAL	
RECEPT 17: EEN EENVOUDIG RECEPT VOOR TELEWERKEN	67
POMMES DE MOBILE	
RECEPT 18: EEN INGEWIKKELD RECEPT VOOR TELEWERKEN	70
LANGE PASTA MET EEN SCHAARTJE	

RECEPT 19: VERGEET JE COLLEGA'S NIET OVENSCHOTEL KWALITIJD	73
RECEPT 20: VERSTERK HET GROEPSGEVOEL QUICHE DE GROUPE	76
RECEPT 21: VERTROUW JE MEDEWERKERS HOLLANDS GOURMET	78
RECEPT 22: GEEF HUN DE JUISTE TOOLS FRUITS DE TRAVAIL – MET TANG	82
RECEPT 23: GEEF TOEGANG TOT INFORMATIE INFORMATIEBRIJ	85
RECEPT 24: UNIFIED COMMUNICATIONS COMMUNICATIEPUREE	88
RECEPT 25: DEEL JE AGENDA INFORMATIE À LA MINUTE	90
RECEPT 26: ZORG VOOR THUISWERKPLEKKEN GEFILEERDE ZOLDERKAMER	93
RECEPT 27: RICHT FLEXPLEKKEN IN BUFFET DE LUXE	96
RECEPT 28: HET KANTOOR ALS ONTMOETINGSPLEK HIPPE KRIELTJES	99
RECEPT 29: ZORG GOED VOOR JEZELF ALL YOU CAN EAT (1 MAANDSALARIS)	102

RECEPT 30: VERGADER SLIMMER	106
PITTIGE GESPREKSBALLEN	
RECEPT 31: BETER BRAINSTORMEN	111
STORM IN GLAS WATER	
RECEPT 32: VERGADER EFFICIËNT	114
GESNEDEN SPAGHETTI	
RECEPT 33: OP AFSTAND VERGADEREN	117
VERS VIDEOSAP	
RECEPT 34: GA CHATTEN	120
KLETSKOEKEN	
RECEPT 35: MAAK EEN DIGITAAL SMOELENBOEK	123
OUI IS OUI	
RECEPT 36: DEEL JE KENNIS	127
SAVOIR PARTICIPÉ	
RECEPT 37: HOUD EEN WIKI BIJ	131
WIKI À LA BEURRE	
RECEPT 38: GA BLOGGEN	184
PITTIGE BLOGSATÉ	
RECEPT 39: GA ONLINE SAMENWERKEN	137
STOOPPOTJE 2.0	
RECEPT 40: BEPERK HET GEBRUIK VAN MAIL	141
TAPAS CC	

RECEPT 41: GA FLIPPEN	145
VIDEOFLIP	
RECEPT 42: GEBRUIK MINDER PAPIER	147
DESSERT MINIMAL	
RECEPT 43: VISUALISEER JE IDEEËN	151
VERSE JAM	
RECEPT 44: INDIVIDUEEL BELONEN	153
CHOCOLADEMUNTEN	
RECEPT 45: GEBRUIK LINKEDIN	156
LINKE SOEP	
RECEPT 46: BOUW EEN STERK MERK	159
MERKUES FRITES	
RECEPT 47: WERK SAMEN MET PARTNERS	162
COUPE D'AMI	
RECEPT 48: ZORG GOED VOOR JE OMGEVING	165
GROEN IJSJE	
RECEPT 49: VIER JE SUCCESSEN	168
CHAMPAGNETAART	
DIGESTIEF	171

VOORWOORD

Eind 2008 verscheen mijn boek *De kracht van mensen*. Daarin vertel ik het verhaal van e-office en van onze zoektocht naar de ideale organisatievorm voor de eenentwintigste eeuw. De reacties op het boek waren overweldigend en bijna allemaal positief. Ze varieerden van 'eindelijk een ondernemer die niet alleen zijn successen, maar ook zijn fouten durft te delen' tot 'heel herkenbaar' en 'kan ik bij jullie komen werken?'. Eén reactie hoorde ik heel vaak: 'Leuk allemaal, die visie op de organisatie van de eenentwintigste eeuw, maar hoe doe je dat nou? Hoe voer ik het in binnen mijn organisatie en hoe zorg ik ervoor dat het ook gaat werken?'

Op deze praktische vragen, waarmee heel veel ondernemers en managers worstelen, geven we in dit boek graag een antwoord. We hebben er een receptenboek van gemaakt. Ten eerste vonden we dat een leuke vorm en is het weer eens iets anders dan het standaard *how to*-boek. Maar het is meer dan dat.

Net als in de echte keuken vergt ook het 'nieuwe werken' veel creativiteit en oefening. Je moet ermee aan de slag om het te leren. En net als in de keuken is het resultaat elke keer anders. De ene keer lukt de taart die je misschien al tientallen keren hebt gebakken beter dan de andere keer. En de ene keer doe je er misschien een beetje vanille door, de andere keer chocolade. Je maakt er kortom je eigen creatie van. En zo is het ook met het nieuwe werken, of work21, zoals wij het noemen. In elke organisatie zal het er anders uitzien. Het is afhankelijk van het soort werk dat er wordt verricht, van de omgeving, van de mate van automatisering, maar vooral van de mensen. Die maken de organisatie tot wat zij is. Met dit

boek willen we je uitnodigen om met het nieuwe werken aan de slag te gaan. Maak je eigen creatie, een organisatie waarin mensen zich prettig voelen, waarin ze creatief kunnen zijn en zich gewaardeerd voelen.

Ik heb dit boek gemaakt met Ben Kuiken en Gonny Vink. Gonny was een van onze eerste medewerkers bij e-office. Zij heeft in uiteenlopende rollen mede vorm gegeven aan de ontwikkeling van de organisatie. De laatste jaren houdt zij zich vooral bezig met de cultuurveranderingen die nodig zijn om nieuw te kunnen gaan werken en met de ontwikkeling van work21. Zij adviseert vanuit die rol organisaties om de omslag naar work21 te maken. Ben is journalist en schrijver; hij heeft onze visie en de praktische uitwerking daarvan vertaalt in leesbare en uitvoerbare recepten.

Maar zoals dat tegenwoordig gaat, heeft ook dit boek vele vaders en moeders. Velen hebben bijgedragen aan de totstandkoming van dit boek, door hun ervaringen met ons te delen, door commentaar te geven op het concept van work21 en door praktische adviezen te plaatsen op een van de vele sociale netwerken. Het is ondoenlijk om iedereen daarvoor afzonderlijk te bedanken, maar dat maakt onze dank voor hun bijdrage niet minder groot. De kennisontwikkeling gaat gewoon verder, onder meer op de speciale website rondom work21. Wij zouden je dan ook willen uitnodigen om je commentaar op dit boek of op een van de recepten met ons te delen op www.work21.nl. Ook nieuwe recepten zijn uiteraard meer dan welkom.

Ik wens je heel veel kookplezier!

Roland Hameeteman

DRIE STERREN VOOR HET NIEUWE WERKEN

Nederland valt massaal voor het nieuwe werken. Overal in ons land worden kantoren voorzien van flexplekken en krijgen medewerkers de mogelijkheid om thuis, bij een klant of onderweg hun werk te doen. Dat klinkt als een feest, maar dat is het helaas vaak niet. Veel managers blijven hun medewerkers op de oude manier aansturen: op aanwezigheid. Daarom voelen medewerkers een grote druk om dagelijks naar kantoor te komen, waar ze vervolgens moeten vechten voor een werkplek. Ze gaan bovendien nog meer uren maken, want ja, de telefoon staat altijd aan.

Herkenbaar? Leuk hè, dat nieuwe werken! Het zou echter jammer zijn om dit kind meteen met het badwater weg te gooien (in kooktermen: de aardappels met het kookvocht). Het nieuwe werken is niet meer tegen te houden, het is een sociale innovatie die broodnodig is om de concurrentie voor te blijven en om het voortbestaan van onze organisaties in de toekomst te garanderen. De kern van het nieuwe werken is namelijk dat je slimme kenniswerkers de ruimte geeft om hun werk te doen zoals zij denken dat goed is. Dat kun je niet van bovenaf bepalen; daarvoor verandert er te veel te snel en is de wereld te complex geworden. Dat betekent een complete revolutie in de manier waarop wij onze organisaties hebben ingericht. Deze tijd vraagt om adaptieve organisaties, organisaties die zich continu aanpassen aan de omgeving.

Dat vergt dat er naast de procesmatige wereld een wereld komt van vertrouwen, delen en creativiteit. Managers zullen hun medewerkers moeten (leren) vertrouwen en anders aansturen. Medewerkers moeten altijd en overal toegang hebben tot alle infor-

matie. Ze moeten gebruik kunnen maken van nieuwe communicatiemiddelen zoals chat en webcam. Dát is voor ons het nieuwe werken of work21.

In dit boek hebben wij 49 recepten voor het nieuwe werken verzameld. Het begint met het vinden van een missie en het eindigt met een feestje (vier je successen!). Daar tussendoor staan allerlei praktische recepten, van de manier waarop je gebruik kunt maken van chat tot hoe je een vergadering beter kunt laten verlopen. Net als bij een kookboek kun je álle recepten maken, maar je kunt er ook een aantal uitpikken die voor jou op dit moment relevant zijn. Als er binnen jouw bedrijf bijvoorbeeld een enorme mailcultuur bestaat en je dagelijks twee uur bezig bent met het beantwoorden van je mail, is het misschien verstandig om het recept voor het verantwoord omgaan met mail eens te lezen.

Je hóéft ook niet alle recepten uit dit boek te maken om nieuw te kunnen werken. Je hebt bijvoorbeeld helemaal geen hip kantoor met flexplekken nodig, het kan ook prima in een traditioneel gebouw met vaste werkplekken. Je hoeft niet thuis te gaan werken, het mág. Je hoeft ook niet te chatten, je mág chatten als dat voor jou handig is. Want daar gaat het om bij het nieuwe werken of work21: wat is handig voor jou? Wanneer en waar ben je het meest productief? Hoe kun jij je werk het beste doen? Welke middelen heb je daarvoor nodig?

Als manager of ondernemer ben jij de topkok van een tweesterrenrestaurant. Het is jouw taak om ervoor te zorgen dat de tent elke avond vol zit en dat de gasten tevreden naar huis gaan. Als dat je lukt, dan draai je niet alleen een goede omzet en een fijne winst, maar dan ligt die derde ster ook in het verschiet. Handen uit de mouwen dus. Aan de slag!

DE MENUKAART VAN DIT BOEK



Een receptenboek is bedoeld om lekker in te bladeren en er die gerechten uit te kiezen die je lekker lijken of die je leuk vindt om te maken. Er zit meestal geen duidelijke volgorde in, behalve dan een indeling in voor-, hoofd- en nagerecht. Dat geldt in grote lijnen ook voor de recepten in dit boek.

De volgorde van de 49 recepten is tamelijk willekeurig, hoewel we beginnen met een aantal bereidingen die wij beschouwen als basisrecepten voor het goed invoeren van het nieuwe werken. Je moet bijvoorbeeld eerst weten wat je als organisatie wilt bereiken voordat je op een nieuwe manier met elkaar kunt gaan werken. Aan het eind staan enkele recepten die je als toetje kunt beschouwen – voor het geval je nog niet helemaal vol zit.

Om je te helpen een keuze te maken uit de verschillende gerechten, hebben we bij elk recept een aantal symbolen geplaatst. Die symbolen geven het volgende aan:

☐ Dit symbool zegt iets over de moeilijkheid van het recept.

⌘ Dit symbool geeft aan hoeveel tijd de bereiding ongeveer in beslag neemt. Dit hangt uiteraard af van de intensiteit waarmee de bereiding ter hand wordt genomen en van je startpunt.

?! Dit symbool geeft het belang van het recept aan. Er zijn essentiële bereidingen, maar ook bereidingen die minder belangrijk zijn (maar dan bijvoorbeeld wel weer leuk om te maken of handig om te doen). Ook staat bij elk recept een lijstje met benodigdheden. Dit kan echter per organisatie verschillen en dient slechts als voorbeeld.

Het belangrijkste bij het nieuwe werken of work21 is dat je er gewoon mee aan de slag gaat. Onze ervaring is dat de dingen waar je vooraf de meeste zorgen over maakte, in de praktijk nauwelijks een probleem blijken te zijn. Je zult voor verrassingen komen te staan, maar met een beetje goede wil is vrijwel elk probleem op te lossen.



WIE BEN IK?

📖 MOEILIK

📅 ENKELE WEKEN/MAANDEN

?! ESSENTIEEL

Dit is het basisrecept voor alle overige recepten in dit boek. Wie een goede bedrijfsmissie kan bereiden, zal de meeste uitdagingen waar het nieuwe werken hem voor stelt, met gemak kunnen pàreren. Dit recept is echter niet zo eenvoudig.

Benodigheden:

- 1. een oprechte interesse in wat de mensen binnen je organisatie motiveert;*
- 2. een stevige gespreksleider;*
- 3. zes kernmedewerkers (mogen er ook zeven of vijf zijn);*
- 4. een flink aantal benen-op-tafelsessies;*
- 5. een paar stevige bossen toegevoegde waarde.*

Vaak worden de verkeerde ingrediënten gebruikt of is de bedrijfsmissie een opgeklapt geheel zonder substantie. We beginnen dit recept daarom met uitleggen wat een bedrijfsmissie eigenlijk is en welke ingrediënten ervoor nodig zijn. Pas als we alle ingrediënten klaar hebben staan, kunnen we de bedrijfsmissie ook echt gaan maken.

Wat is de missie van je bedrijf of organisatie? Wat wil je bereiken, los van geld verdienen om het voortbestaan van de organisatie te garanderen? Of om het populair te zeggen: waartoe is deze tent op aarde? Wat is de zin van dit hele gedoe?

Nadat jarenlang de nadruk heeft gelegen op

geld verdienen, komen we er steeds meer achter dat dit niet voldoende is om het bestaan van de organisatie te rechtvaardigen en om de mensen binnen die organisatie voldoende te motiveren. Mensen in het Westen hebben al voldoende geld om vrijwel alles te doen wat ze maar willen, zoals een fijn huis kopen en drie keer per jaar op vakantie gaan. Meer geld motiveert hen niet extra. Dat is ook de reden waarom het nieuwe werken is ontstaan: omdat medewerkers niet langer gemotiveerd worden door nog meer geld, maar dingen willen doen die ze werkelijk zinvol vinden, dingen waar ze trots op kunnen zijn, waar ze energie van krijgen en waarvoor ze die extra stap wel willen zetten.

De kunst van een goede bedrijfsmissie ligt dus in het vinden van een gemeenschappelijke bedrijfswaarde. Een waarde is iets wat mensen belangrijk vinden, waar ze letterlijk waarde aan hechten. Binnen de westerse cultuur is rechtvaardigheid bijvoorbeeld een belangrijke gedeelde waarde, evenals vrijheid en gelijkheid voor iedereen. Doordat we deze waarden met elkaar delen en ze hebben geïnternaliseerd, kost het de meesten van ons weinig moeite om ons aan de daaruit voortvloeiende gedragsregels – de normen – te houden. Ze sturen, bijna automatisch zo lijkt het, ons gedrag.

Een gedeelde bedrijfswaarde is dus goud



waard voor elke organisatie en vormt een onmisbaar ingrediënt voor een goede bedrijfsmissie en ook voor het slagen van het nieuwe werken. Maar het vinden van deze waarde is nog niet zo eenvoudig. Veel mensen, vooral managers, hebben moeite om zich los te maken van de afgod die rijkdom heet, en vinden dat gepraat over bedrijfswaarden eigenlijk maar soft gezwets. Ze doen er alleen aan mee omdat ze denken dat ze dan nog meer geld kunnen verdienen. Door deze houding worden veel bedrijfsmissies slechts met de mond beleden. Dus de eerste stap in het vinden van je bedrijfsmissie is een oprechte interesse in wat de mensen binnen je organisatie motiveert. Waar lopen zij warm voor? En waar loop je zelf warm voor? Wat geeft je energie? Als je dat eerlijk voor jezelf kunt bepalen, dan kan dit recept eigenlijk al niet meer mislukken.



Het is voor de meeste mensen heel moeilijk om deze vragen eerlijk voor zichzelf te beantwoorden. Ze geven sociaal wenselijke antwoorden, durven de consequentie van hun antwoorden niet onder ogen te zien of hebben een iets te rooskleurig beeld van hun eigen functioneren. Daarom kan het goed zijn om een buitenstaander te betrekken bij het vinden van de bedrijfswaarden. Een stevige gespreksleider kan er tevens voor zorgen dat

er een sfeer ontstaat waarin medewerkers zich vrij voelen om hun mening te geven en zich kwetsbaar durven op te stellen. Formeer vervolgens een groepje van medewerkers die naar jouw gevoel het hart van de organisatie vormen (dat hoeft echt niet het managementteam te zijn, maar kan net zo goed de receptioniste of de helpdeskmmedewerker zijn) en organiseer een aantal benen-op-tafelsessies. Vertel elkaar waar je blij van wordt in je werk, waarom je dit werk doet en wat je de meeste voldoening geeft. Zeg ook waar je van baalt, waar je slapeloze nachten van hebt of wat je zo lang mogelijk uitstelt. Herhaal dit met verschillende groepjes met zo veel mogelijk medewerkers binnen je bedrijf en probeer een grote discussie binnen je organisatie tot stand te brengen. Uiteindelijk moet het mogelijk zijn om een aantal waarden te formuleren waarvoor je elke dag weer je bed uitkomt. Als het goed is, hebben deze waarden te maken met de klant (want die vormt het bestaansrecht van elke organisatie) en bevatten ze een flinke dosis toegevoegde waarde. Wat onderscheidt jouw organisatie van andere, vergelijkbare organisaties? Als je deze vraag weet te beantwoorden, heb je je missie eigenlijk al te pakken. Klop het geheel op tot een luchtig, maar stevig beslag waar je een mooie missiestatement van vormt. Omdat de waarden voor elke organisatie verschillen,



zal het resultaat elke keer weer anders uitpakken. Je kunt er zelfs een verhaaltje van maken in plaats van een pakkende slogan; het belangrijkste is dat er voor iedereen in één oogopslag duidelijk uit spreekt wat de organisatie echt belangrijk vindt. En dat zo veel mogelijk mensen binnen de organisatie erachter staan.



BORDJE FRISSE BLIK

De wereld verandert snel en ook organisaties zijn geen dag hetzelfde. Het beeld dat wij van die organisatie hebben, houdt daar echter niet altijd gelijke tred mee. Daarom kan het goed zijn om geregeld een buitenstaander uit te nodigen die op zijn manier beschrijft hoe hij de organisatie ziet. Een kunstenaar bijvoorbeeld, of een schoolklas.

Verandering: mensen houden er niet van. Het liefst zouden ze alles bij het oude laten. Dat is wel zo prettig, want dan hoef je je niet continu aan te passen aan de nieuwe situatie. Die is bekend en dat voelt veilig.

Maar ja, alles om ons heen verandert voortdurend – in de natuur, maar ook in de maatschappij. Organisaties veranderen ook continu: andere mensen, andere klanten, nieuwe technologieën, een andere koffieautomaat, de receptioniste is met zwangerschapsverlof, een promotie...

Gelukkig heeft de mens een mechanisme ontwikkeld om met deze veranderingen om

📖 GEMIDDELD

🕒 MINIMAAL EEN DAG PER JAAR

?! BELANGRIJK

Benodigdheden:

1. een buitenstaander;
2. een open geest.



te kunnen gaan. Of beter gezegd: om er níet mee om te hoeven gaan. De mens vormt zich namelijk een beeld van de werkelijkheid, van de organisatie, en dit beeld is redelijk stabiel. Dat geeft ons namelijk houvast. Dus terwijl de organisatie allerlei veranderingen doormaakt, blijft ons beeld van die organisatie grotendeels intact. We verzetten ons met hand en tand tegen elke aantasting van dat beeld en er moet heel wat gebeuren willen we het bijstellen. Meestal doen we dat pas als het beeld dat we hebben niet meer 'werkt', als de koffieautomaat is verplaatst en we lopen tevergeefs naar de plek waar we dachten dat hij stond. Dan leren we snel bij. Maar met abstracte beelden van de organisatie gaat dit veranderingsproces toch vaak een stuk moeizamer.

Dat is allemaal heel menselijk en ook niet perse verkeerd, maar het kan wel lastig zijn. Je redeneert namelijk eigenlijk altijd vanuit het verleden, vanuit hoe de organisatie ooit was. Je baseert beslissingen op een beeld van de organisatie dat daar al lang geen recht meer aan doet, met alle mogelijke gevolgen van dien.

Gelukkig is er wel wat aan te doen. De beste manier is om je beeld van de organisatie te confronteren met het beeld dat anderen ervan hebben. En dan het liefst anderen die

zo ver mogelijk van jou en je wereldbeeld afstaan, omdat mensen die in eenzelfde omgeving zitten de neiging hebben om hun beeld op elkaar af te stemmen. Vraag bijvoorbeeld kunstenaars, of kinderen: ‘Mama, wat doe jij daar nou eigenlijk de hele dag op kantoor?’ Ja, wat doe je daar nou eigenlijk de hele dag? Goede vraag.

Dit recept is dus heel eenvoudig: nodig minimaal één keer per jaar een buitenstaander of een hele schoolklas buitenstaanders uit en laat ze op hun manier vertellen wat ze zien. Op hún manier wil zeggen: laat een kunstenaar een kunstwerk maken, een kind een tekening en een journalist een artikel voor de krant. Praat er vervolgens over waarom hij het zo heeft gedaan. Ga vervolgens niet in discussie, probeer niet je keuzes te verdedigen of je mening te geven, maar luister! Met een open geest zul je tot de mooiste inzichten komen, die je helpen om je missie te verwezenlijken.



INFORMATIEBRIJ

Wat heeft de nieuwe werker dan nodig? Overall toegang tot alle informatie inclusief mail is een absolute voorwaarde en eigenlijk de kern van het nieuwe werken. Maar vergeet ook je collega's niet.

Stel, je zit bij een klant en die stelt een vraag. Een lastige vraag, zo'n vraag waar je het antwoord niet op weet. Wat doe je dan? Sommige mensen bazelen dan maar iets onverstaanbaars of ingewikkelds met veel kretologie in de hoop dat de klant niet verder durft te vragen uit angst dom over te komen. Anderen noteren de vraag en beloven dat ze erop terug zullen komen. Wat vaak niet gebeurt natuurlijk, waarna de klant een paar dagen later belt, jij je excuses moet maken, belooft om het nu toch echt uit te zoeken et cetera. Gedoe, en weer een item op je toch al onafzienbare *to do*-list. Zou het niet veel handiger zijn als je het antwoord meteen ter plekke op zou kunnen zoeken? Gewoon op je laptop of BlackBerry? Of dat je direct een collega kunt raadplegen die het antwoord wel weet?

📖 MOEILIK

🕒 EEN PAAR UUR

?! BELANGRIJK

Benodigdheden:

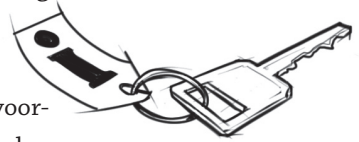
- 1. mobiele telefoon en laptop;*
- 2. een (beveiligde) verbinding met het bedrijfsnetwerk;*
- 3. een cultuur die gericht is op samenwerking.*

Hier raken we eigenlijk de kern van het nieuwe werken. Het nieuwe werken is namelijk werken waar en wanneer je wilt, dat betekent dus concreet dat je je kantoor eigenlijk overal bij je hebt. En wat is nou het belangrijkste op dat kantoor, zeker voor de kenniswerker? Dat is niet het gebouw, of de stoelen en tafels en pc's. Nee, dat zijn de kennis en de ervaring die in de hoofden van je collega's zitten (en voor een deel in de ICT-systemen zitten opgeslagen). Door die kennis en ervaring uit te wisselen met collega's ontstaan nieuwe combinaties, nieuwe inzichten en nieuwe antwoorden. En die uitwisseling kan op heel veel verschillende manieren plaatsvinden. Dat kan gebeuren tijdens een vergadering of een brainstorm. Dat kan doordat een deel van die kennis is vastgelegd in papers, wiki's of blogs. Of het kan via een chat of tijdens een teleconferentie. En dat kan dus ook als je bij de klant zit. Mits je toegang hebt tot die kennis en ervaring van je collega's. Dan zit je dus feitelijk niet alleen bij die klant, maar met je hele organisatie.

Wat is daarvoor nodig? Wij zouden zeggen: minimaal een mobiele telefoon en een laptop die verbinding kan maken met het interne netwerk. Je kunt dan eenvoudig opzoeken wie wie is en wie over welke informatie en expertise beschikt (het digitale smoelenboek). Je kunt dan vervolgens kijken of die-



gene beschikbaar is en hem via de chat een vraag stellen. Mocht dat niet het geval zijn, dan kun je wellicht een collega vragen of hij het antwoord weet en anders misschien tijd heeft om het antwoord op te zoeken. Het zou natuurlijk fantastisch zijn als je de klant nog tijdens de afspraak het antwoord op de vraag kunt geven.



Merk je trouwens dat we de informatie vooral via een collega probeerden te achterhalen en het niet hebben gehad over al die prachtige kennismanagementsystemen waar organisaties zo veel in hebben geïnvesteerd? Natuurlijk zul je een deel van de kennis die in je organisatie aanwezig is, moeten vastleggen in zo'n systeem. Maar daar ligt niet de kracht van je organisatie. Die ligt in je mensen. Vaak gaat het veel sneller om de expert op een bepaald gebied een vraag te stellen dan om zijn doorwrochte stukken door te moeten ploegen, omdat hij weet wat je zoekt. Weten wat je zoekt maakt van ongestructureerde data informatie waar je wat aan hebt. Dus in plaats van miljoenen euro's uit te geven aan een kennismanagementsysteem, zou je veel beter tijd en energie kunnen besteden aan het werken aan een cultuur waarin het normaal is dat je elkaar helpt en kennis deelt.

KLEIN

RECEPTENBOEK

VOOR HET NIEUWE WERKEN

Nederland valt massaal voor het nieuwe werken. Iedereen beseft inmiddels dat je slimme en hoogopgeleide kenniswerkers de ruimte moet geven. Maar hoe organiseer je dat?

Roland Hameeteman, auteur van het succesvolle boek *De kracht van mensen*, geeft samen met **Gonny Vink** en **Ben Kuiken** 49 praktische recepten voor het nieuwe werken.

Lees hoe je:

- een missie bedenkt die iedereen bindt;
- contact houdt met thuiswerkers;
- de juiste tools kiest om efficiënt te telewerken;
- beter brainstormt en vergadert;
- verstandig omgaat met mail.

Er is lang genoeg gepraat over het nieuwe werken. De keuken in, handen uit de mouwen en aan de slag!

HAYSTACK



9 789077 188165 1