



Impact op je stakeholders

Studiedag Prebes West Vlaanderen – 24 april 2023

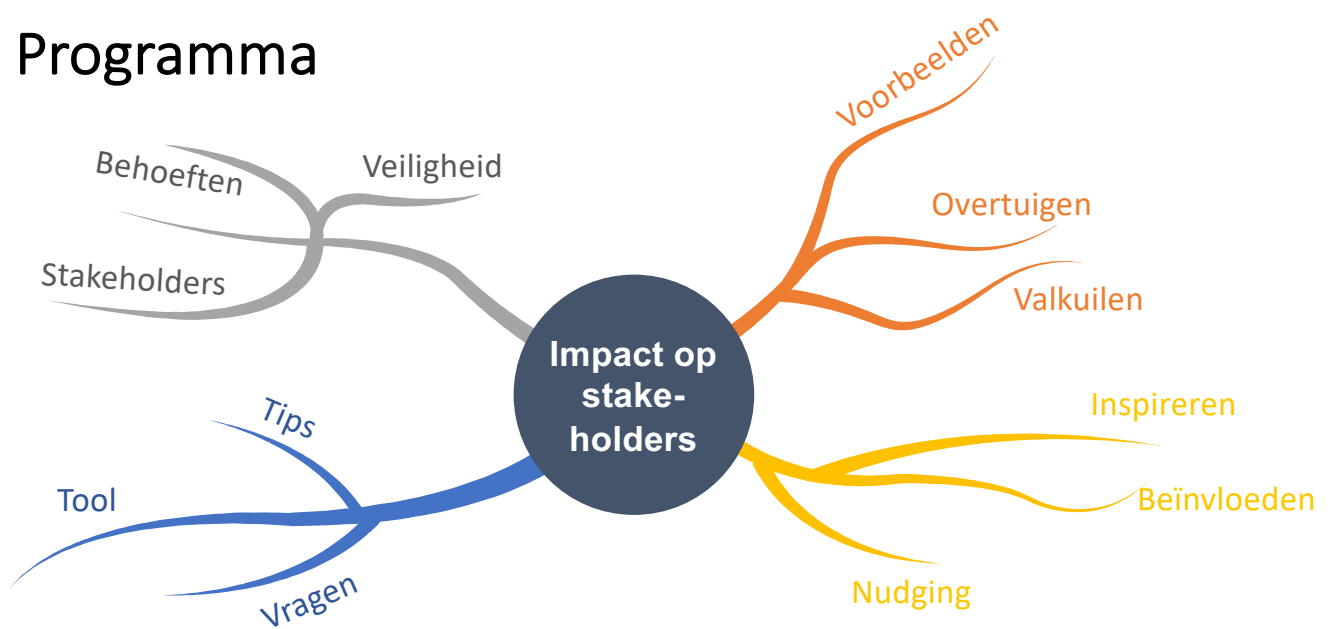
Filip Janssens

- Arbeids- en Organisationspsycholoog
- Preventie-adviseur psychosociale aspecten
- Expertise veiligheidsgedrag en –cultuur
- Expertise verander- en stakeholdermanagement
- Managing partner D-NA
- filip.janssens@d-na.be / 0485 59 48 99



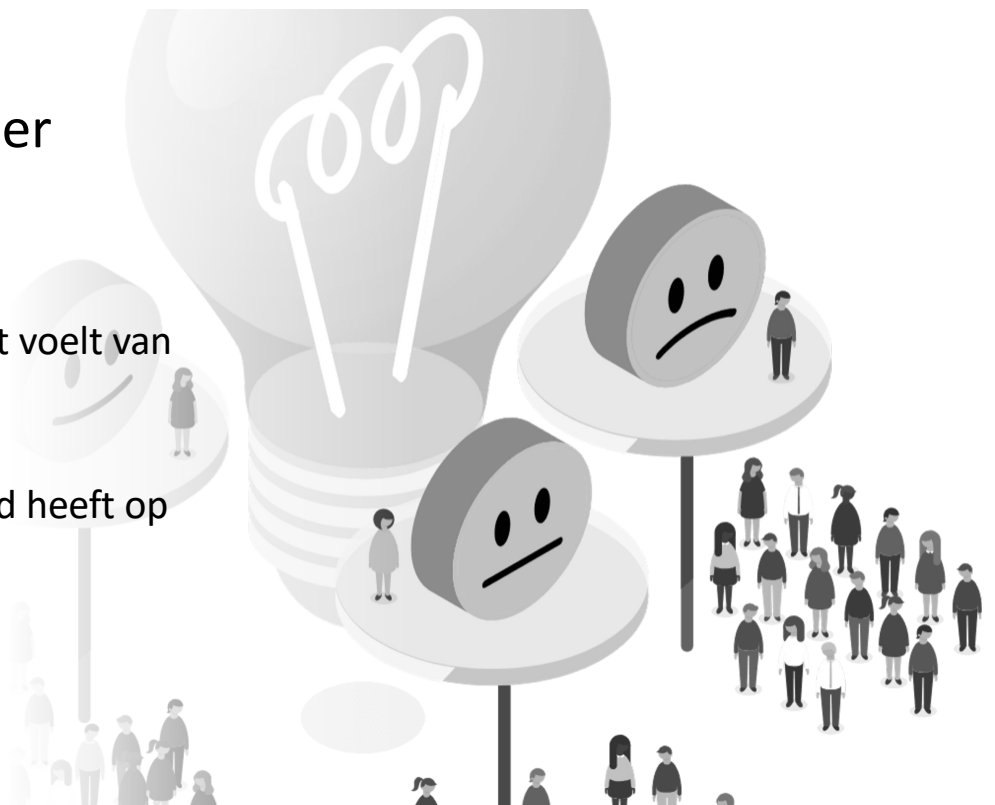
D-NA

Programma



Een stakeholder is...

- Iemand die impact voelt van je verandering
- Iemand die invloed heeft op je verandering

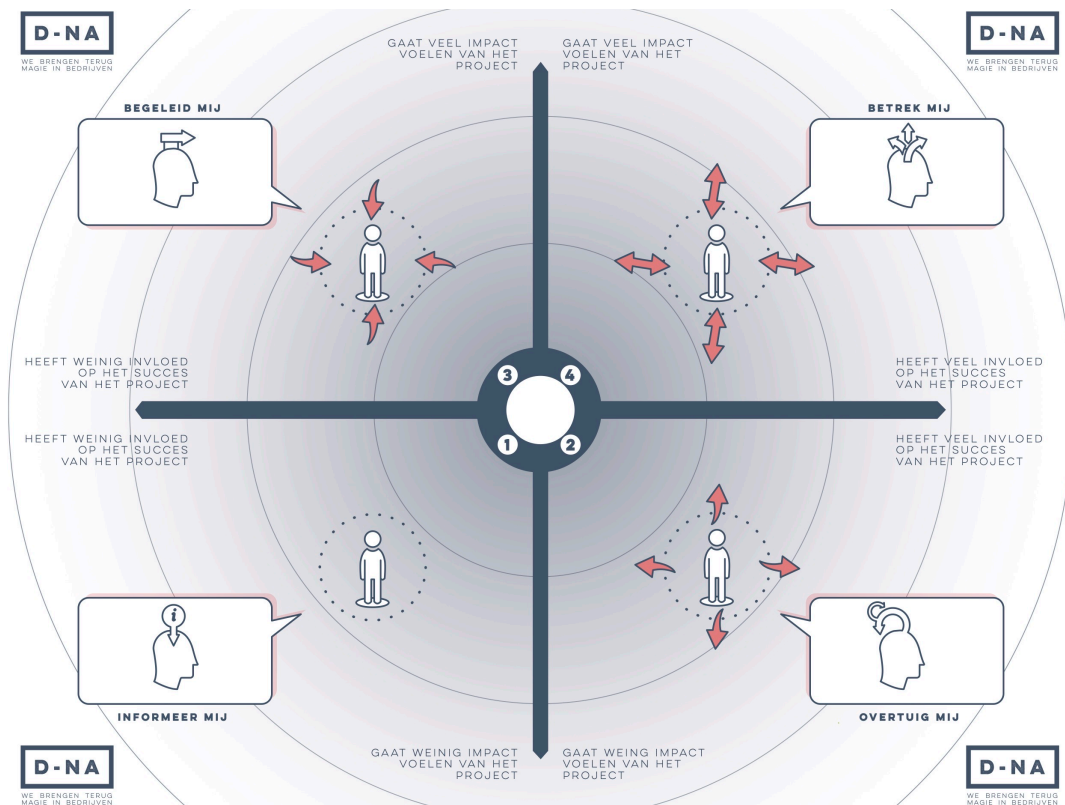
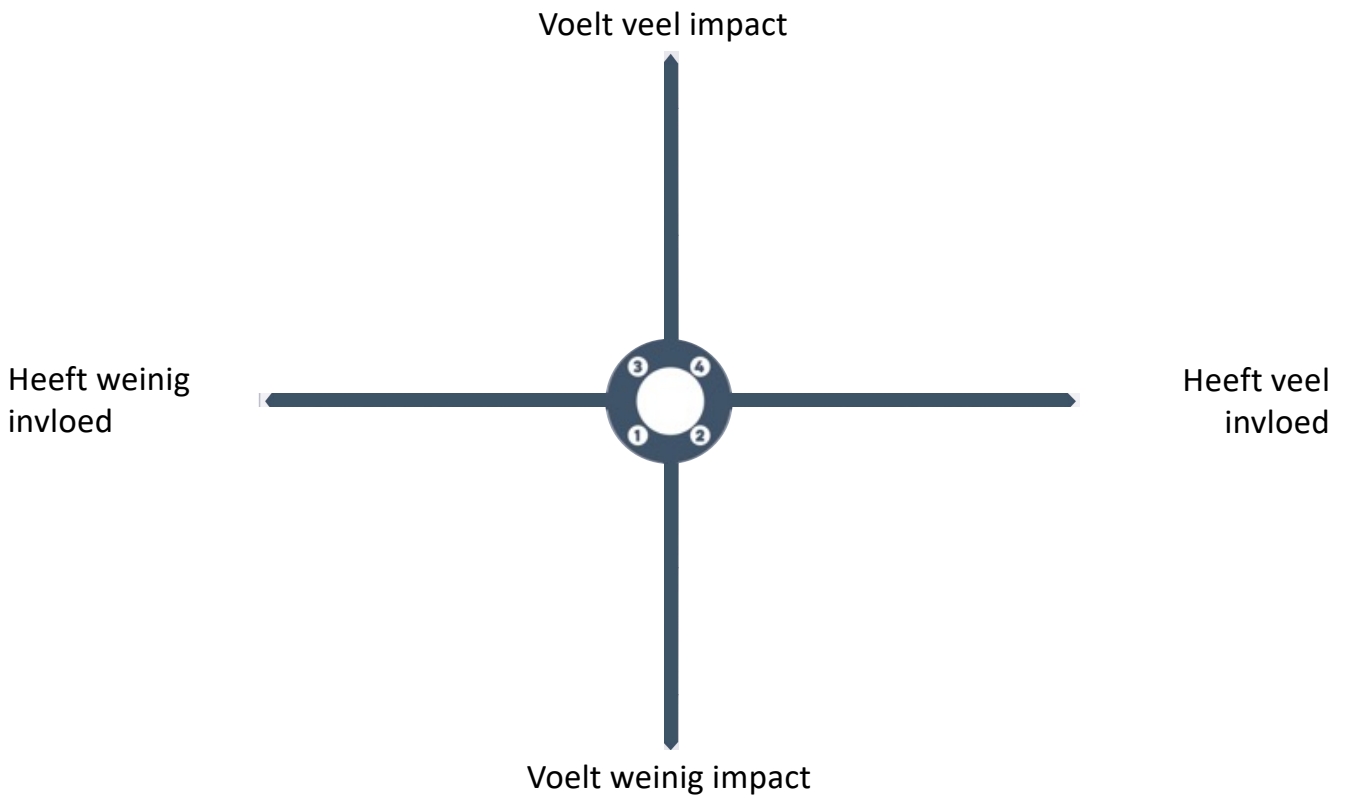


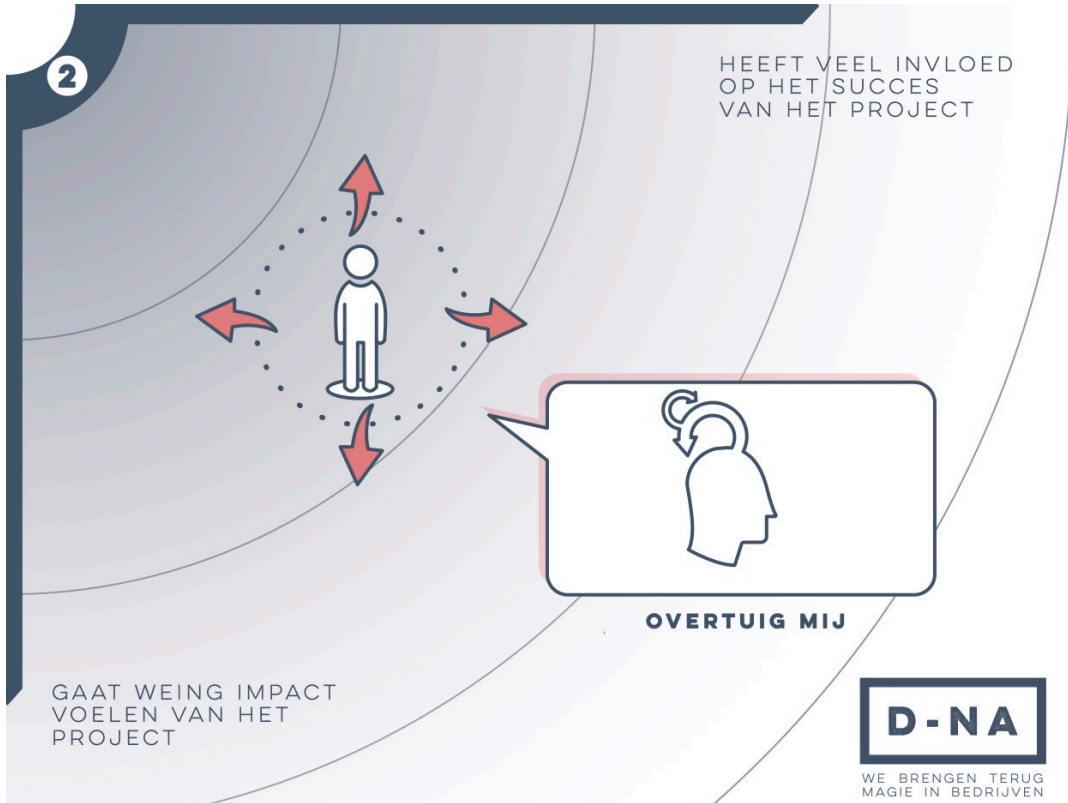
Als we praten over veiligheid in
onze organisatie...



Wie zijn dan stakeholders?

Personeelsdienst
FOD **Onderaannemers**
Medewerkers **Aankoop** **Planning**
Preventiedienst
Leveranciers **Klanten**
Directie **Onderhoud**
Leidinggevenden







Bij wie is dit gelukt?



En bij wie niet?

Op een autorit van 30 km aan
110km/u (ipv 120km/u)...

- Ben ik 82 seconden langer onderweg
- Bespaar ik 37ct aan brandstof (of €16,12/u)
- Minder ongevallen en agressie
- Minder files
- 4% minder CO2 uitstoot

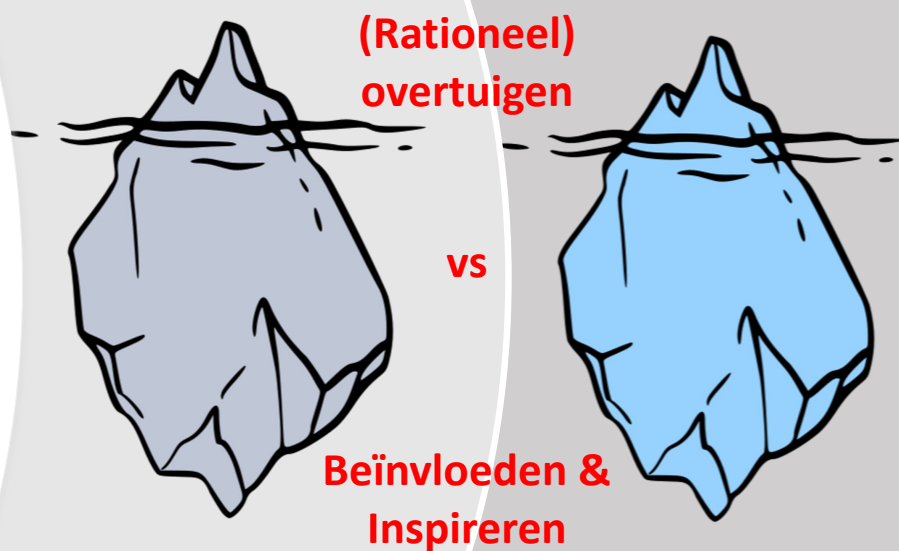


Het dragen van een fietshelm
zorgt voor:

- 51 procent minder kans op een ernstig hersenletsel
- 44 procent minder kans op een fatale afloop
- 31 procent minder kans op breuken in het gezicht

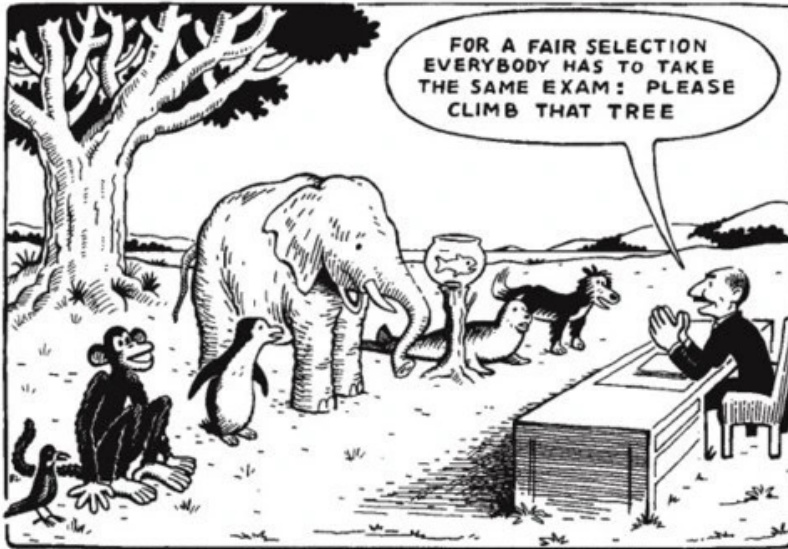
Waar loopt het fout?

Ons gedrag wordt veel meer bepaald door hoe we dingen 'aanvoelen, ervaren...' en waarin we 'geloven', dan door rationele argumenten



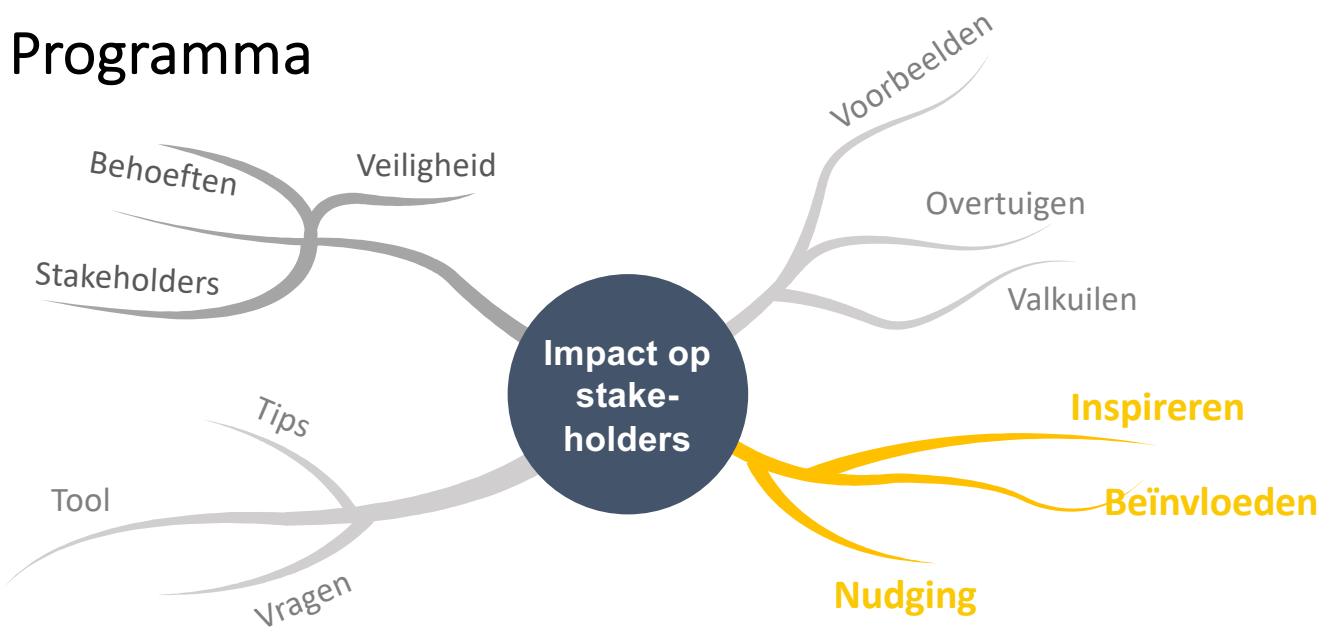
Bij overtuigen...

Vertrekken we vaak van
'ons eigen gelijk' en
'onze expertise'



En houden we
 te weinig
 rekening met de
 standpunten,
 behoeften... van
 de ander

Programma



Inspireren

'Als je een schip wil bouwen, breng dan geen mensen bij elkaar om hout te slepen en taken te verdelen, maar leer de mensen eerst te verlangen naar de eindeloze zee'

Antoine de Saint-Exupéry



Kennen jullie deze nog?





Wat kunnen we leren van een 'autoverkoper'?

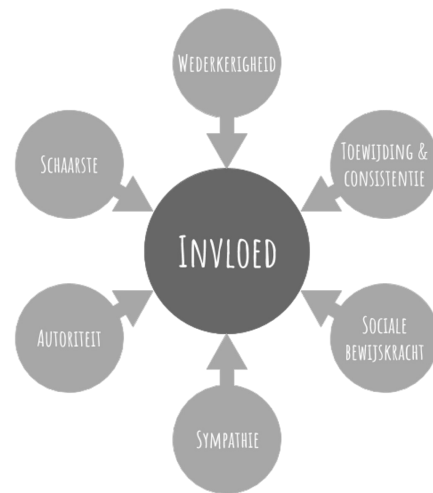
Overtuig niet met het argument dat jij het belangrijkste vindt en in de stijl die de jouwe is, maar ga op zoek naar de argumenten waarvoor je stakeholder gevoelig is en pas je aan aan de stijl die bij hem / haar aansluit





Hoe kan je deze principes zelf toepassen?

6 beïnvloedingsprincipes van Cialdini

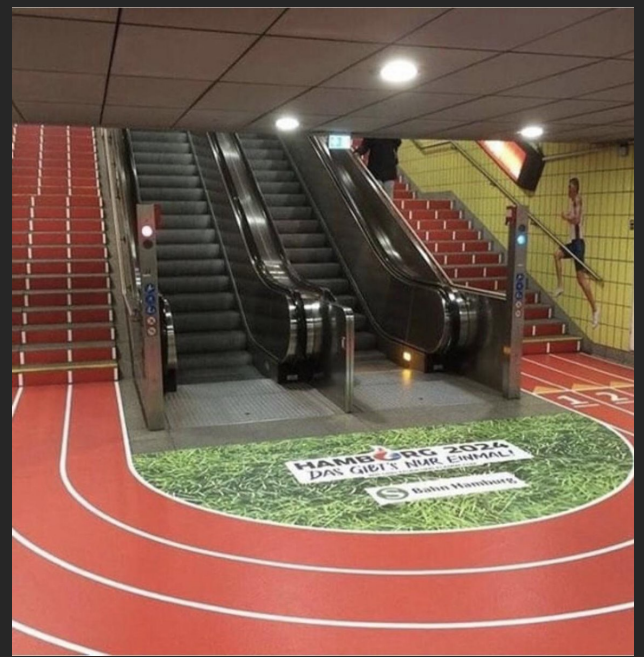


Nudging

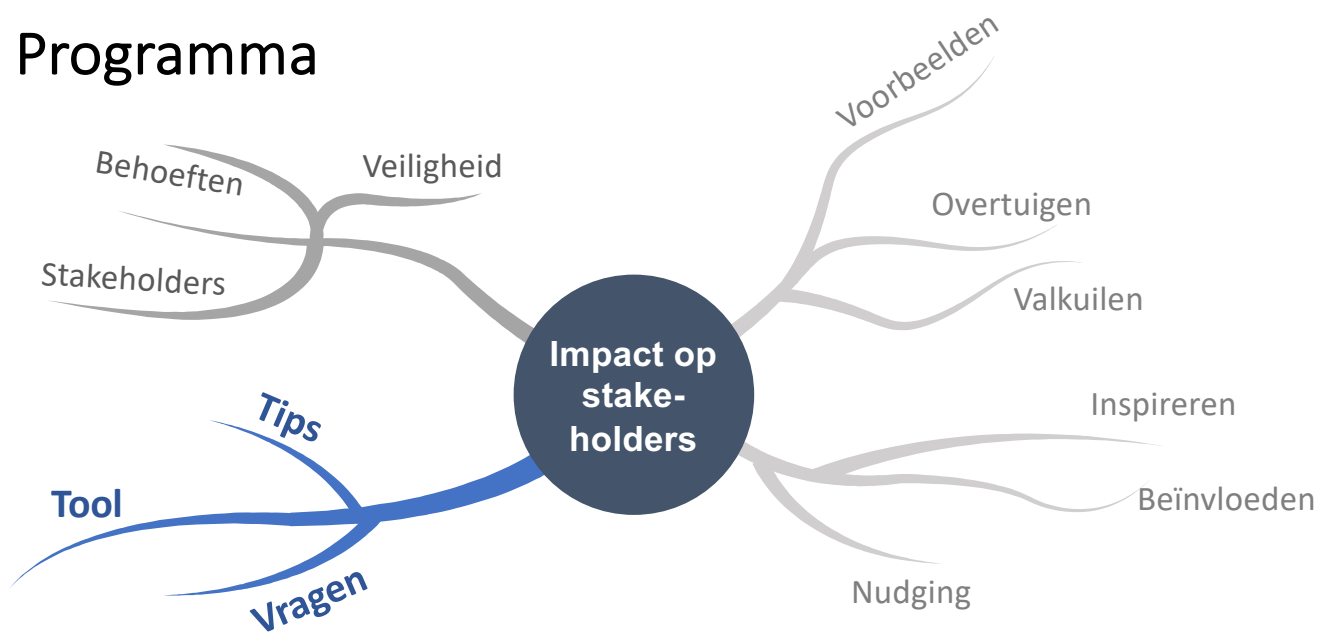
(Thaler – 2008)

- Keuze-architectuur
- ‘Duwtje’ in de goede richting
- Wegwerken van hindernissen





Programma



Duw eens
op je neus



1. Werk praktische hindernissen weg
2. Pas je communicatiestijl aan
3. Zet in op de interne motivatoren en pas je argumenten daar aan aan
4. Sta verschil toe en geef ruimte voor eigen autonomie
5. Geef waardering en wees mild voor fouten

STAKEHOLDER (NAAM)
ONTLEENT MACHT AAN ...
VOORKEURSTIJL ...
WAT HIJ/ZIJ ECHT WIL ...

WORDT BEÏNVLOEDT DOOR/ BEÏNVLOEDT ...
KAN DIT SOORT WEERSTAND TONEN...
D-NA WE BRENGEN TERUG MAGIE IN BEDRIJVEN

ZIJN ER
VRAGEN?



D - NA

BRENG WEER MAGIE
IN UW ORGANISATIE

