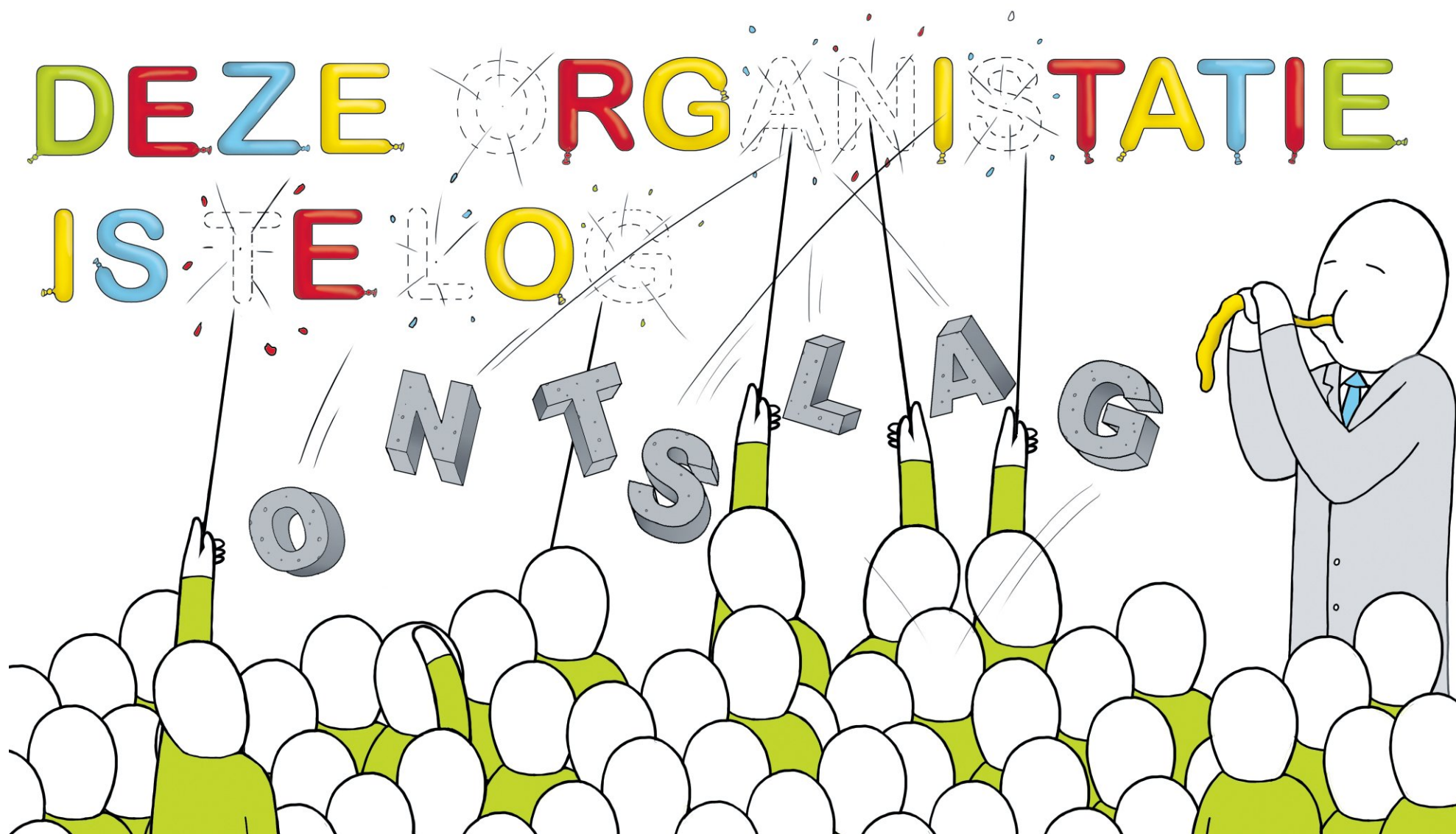


Het gaat vaak grandioos mis bij presentaties van directeuren, merkt **Lars Duursma**. Eis duidelijke taal van je leidinggevende.

Als de supply-chainprocessen geen synergie meer opleveren

Lars Duursma is presentatiecoach en directeur van trainingsbureau Debatrix



Zo prik je door de managersbullshit heen

Manager: „We moeten out of the box denken“
Wat hij eigenlijk zegt: „Ik weet zelf ook niet zo goed hoe we dit voor elkaar moeten krijgen.“ Ook wel: „Doe eens creatief!“

Manager: „We moeten onze organisatie flexibiliseren.“
Wat hij eigenlijk zegt: „Deze organisatie is te log.“ Ook wel: „Ik denk dat ZZP'ers goedkoper zijn dan onze vaste medewerkers.“

Manager: „Laten we onze operational excellence benchmarken.“
Wat hij eigenlijk zegt: „Laten we onszelf eerst vergelijken met andere organisaties en daarna in de kosten snijden.“

Manager: „We moeten onze processen rationaliseren.“
Wat hij vermoedelijk zegt: „We moeten dingen slimmer aanpakken.“ / „We hebben te veel regels.“ / „Er gaat te veel fout.“ / „We moeten in de kosten snijden.“

Manager: „Jouw deliverables geven ons leverage om de KPI's te halen.“
Wat hij eigenlijk zegt: „Ik krijg alleen een bonus als jij je werk op tijd inlevert.“

Manager: „Vernieuwingsdrang zit in het DNA van onze organisatie.“
Wat hij eigenlijk zegt: „We houden allemaal van nieuwe dingen doen.“

Manager: „We moeten kijken of dit project binnen onze focus past.“
Wat hij eigenlijk zegt: „Leuk idee, maar dit heeft geen prioriteit.“

Manager: „Menselijk kapitaal.“
Hij gebruikt een afstandelijke term voor medewerkers.

Gezocht: vaagtaal

■ Wat zijn jouw ervaringen met presentaties door managers of directeuren? **Schrijf je ervaringen op** en mail ze naar denken@nrc.nl, uiterlijk 31 oktober.

■ Op basis van de inzendingen publiceren we over twee weken een vervolgstuk met **tips voor directeuren**.

om nog maar te zwijgen over het managementjargon dat menig medewerker over zich krijgt uitgestort: „Ons menselijk kapitaal is onlosmakelijk verbonden met de flexibilisering van pro-actieve supply-chainprocessen waarbij synergie met ons strategisch beleid win-situaties oplevert” – dat soort teksten.

In de financiële wereld hebben journalisten sinds de jaren tachtig een handig hulpmiddel om zich door de kronkelige vaagtaal van beursgenoteerde bedrijven heen te worstelen: de schaal van Mock. Sprekt de directeur over een „geringe” omzetzijging, dan bedoelt hij volgens deze schaal een daling van 2 tot 4 procent. Zou hij een daling van 4 tot 7 procent verwachten, dan had hij namelijk over een „lichte” omzetzijging gesproken. Zo loopt de schaal langzaam op: van ‘fractioneel’ (0-2 procent) via ‘duidelijk’ (7-12 procent) naar ‘fors’ (meer dan 45 procent).

Misschien moeten medewerkers ook zo’n hulpmiddel hebben. Een eenvoudige woordenlijst, zodat iedereen direct weet dat er ontslagen gaan vallen zodra de directeur het heeft over het „stroomlijnen van processen”. En zodat je als medewerker weet dat „revitalisering” een mooi woord is voor een grootschalige reorganisatie. Het zou echter niet meer zijn dan symptoombestrijding, want hoe wenselijk is het als boardroom en werkvloer een woordenboek nodig hebben om elkaars taal te begrijpen?

Gelukkig spreek ik wekelijks directeuren die er oprecht naar streven om het beter te doen. Maar er is aanzienlijk meer nodig dan goede bedoelingen om te zorgen dat we straks allemaal de visie en taal van onze leiders begrijpen en kunnen doorvertellen. In hun jargon: we hebben een *game-changer* nodig.

Het is tijd voor een verandering die nu eens niet gedictieerd wordt vanuit de boardroom, maar wordt afgedwongen door medewerkers. Leg je niet langer neer bij suffe presentaties van de directie. Laat je niet meer verleiden tot een potje ‘bullshit bingo’ met je collega’s. Dwing je directeur tot duidelijkheid vanuit een oprechte interesse: wat wil hij of zij nou eigenlijk, welke betekenis gaat er schuil achter het managementjargon en wat betekent dat voor jou en je collega’s? Als managers straks elke PowerPoint-slide zorgvuldig moeten gaan uitleggen, zal de slecht voorbereide standaard bedrijfspresentatie in de meeste organisaties al snel tot het verleden behoren.

Werkt zelfs dat niet, dan kun je als uiterste redmiddel altijd nog die ene vraag stellen die elk antwoord in haar schaduw plaatst: jij bent toch een leider? Hoe komt het dan dat niemand jou kan volgen?

De column van Arjen van Veelen op de pagina hiernaast komt vandaag wegens persoonlijke omstandigheden te vervallen.

“Ik ben ongelooflijk blij dat we jullie organisatie hebben overgenomen”, zo zei enkele jaren geleden een glunderende directeur tegen een afdeling van het zojuist aangekochte bedrijf. „En wel om twee redenen. Allereerst natuurlijk vanwege jullie indrukwekkende klanten, die we met trots toevoegen aan onze klantenportefeuille. Ten tweede vanwege jullie geweldig efficiënte processen. Die willen we graag uitrollen binnen onze hele organisatie.”

De medewerkers van de afdeling keken elkaar met opgetrokken wenkbrauwen aan. Klanten en processen, is dat alles waar het om gaat? En wij dan? Een half jaar later was de helft vertrokken.

Dit is helaas geen uitzondering. Regelmatig zie en hoor ik hoe managementpresentaties volledig de mist ingaan. Nog een voorbeeldje. De directeur van een middelgrote organisatie gaf onlangs een ellenlange presentatie met slaapverwekkende PowerPoint-slides. Ineens kwam er een gedetailleerd organogram voorbij. Geen idee waarom; waarschijnlijk zat het in de standaardpresentatie. Vraag van een medewerker: „Waar staan wij eigenlijk?” Antwoord: „Eh. Eens even kijken... Nee, jullie staan er inderdaad niet op.”

Geen wonder dat medewerkers afhaken na – of liever gezegd: al tijdens – zo’n presentatie,



WE WILLEN
JULLIE
GEWELDIGE
PROCESSEN
GRAAG
UITROLLEN
BINNEN ONZE
HELE
ORGANISATIE