

Deel je successen

Om zichtbaarder te worden als professional is het zinvol om je stakeholders te helpen om jou beter te leren kennen. De mensen om je heen willen jou en de mensen in hun omgeving best verder helpen. Voorwaarde is wel dat zij weten wie je bent, wat je kan en vooral wat je wilt. Op de hoogte zijn van jouw successen gaat daar absoluut bij helpen.

Succes delen is niet iets wat sterk verankerd is in onze cultuur, in tegenstelling tot bijvoorbeeld Amerika, waar minder vreemd wordt opgekeken als je zegt dat je iets geweldigs hebt gedaan. Typisch Nederlands is clichématig: die maar gewoon. Wanneer je naar je prestaties wordt gevraagd is de neiging om te zeggen: “och, het stelt niks voor” of “dat hoort toch gewoon bij mijn werk?”

De basishouding is: “Als je mij beter zou leren kennen zul je waarschijnlijk merken dat ik eigenlijk best goed ben in...” Alsof je een soort diamantje bent waarbij de ander zijn/ haar best moet doen om die te ontdekken. Met het risico om dus niet ontdekt te worden. Wil je meer op waarde geschat worden, dan kan je je stakeholders wel een handje helpen, ook al voelt het een beetje apart.

Het delen van successen zorgt o.a. voor:

- Het vergroten van betrokkenheid
- Motivatie
- Het verhogen van productiviteit
- Het versterken van werkplezier
- Het creëren van een voedingsbodem voor nieuwe successen

Dus of het via de mail is, bij de koffieautomaat, tijdens een borrel, de wekelijkse afdelingsvergadering, de rondvraag, op de gang, of tijdens je functioneringsgesprek, het maakt niet uit, het zijn allemaal momenten die je zou kunnen benutten om je waarde voor de ander te verhogen. Doe het op jouw manier, bescheiden of onbescheiden, zolang je maar vertelt over je successen.



De 10 dingen die je vertelt bij het delen van successen

1. Een recent resultaat waar je trots op bent

Heb je stuk geschreven, iemand aan een baan geholpen, mensen van verschillende afdelingen bij elkaar gebracht of een deal gesloten, vertel het anderen. Vertel zodat anderen weten wat je doet. Vertel het ook op een manier die begrijpelijk is voor mensen die niet de hele dag naast je zitten. Maak gebruik van de STARR-methode; vertel wat de Situatie was, wat jouw Taak was, wat de Actie was die je hebt ondernomen, wat je Resultaat was en hoe je er op Reflecteert. Je neemt je publiek hiermee mee in het verhaal van je succes.

2. Vertel ook waarom je trots op het resultaat bent

Het personal branding, herkenbaarheid en gevraagd worden is erop gericht dat mensen weten wat je doet en waarom ze jou daarvoor moeten vragen. Het is namelijk leuk om met enthousiaste, gedreven en deskundige mensen te werken. Dus laat mensen weten waarom je trots bent op dit resultaat. Was het omdat je heel lang aan gewerkt hebt (doorzetter?) Of omdat je het in je eerste week in deze functie hebt bereikt (kick starter?), maar misschien ook wel omdat je mensen aan tafel hebt gekregen die een bloedhekel aan elkaar hebben (diplomatiek?)

3. Vertaal de resultaten naar de activiteiten die je hebt ondernomen

Resultaten scheppen vertrouwen, activiteiten scheppen helderheid. Benoem in werkwoorden de activiteiten waar het succes aan te danken is. Denken, schrijven, overleggen, beïnvloeden, delegeren, etc. Allemaal onderdelen van het succes, maar allemaal op een net andere manier. Durf dit te benoemen, mensen krijgen daardoor inzicht in wat je precies doet. Heel veel mensen kunnen geen antwoord kunnen geven op de vraag: "wat doe je eigenlijk de hele dag?" Benoem bij elk succes minstens 3 activiteiten die je doet, die je leuk vindt en waar goed in bent.

4. Vertel er ook gerust bij dat je dit soort dingen vaker zou willen doen

Het moet mogelijk zijn dat iedereen zo'n 80% van zijn tijd dingen doet waar hij goed in is en die hij leuk vindt om te doen. Vertel mensen dan ook gewoon wat je wilt doen. En maak het dan zo concreet mogelijk. Het maakt echt niet uit of je medewerker in loondienst bent of als zzp'er werkt, je voortdurend nieuwe projecten of nieuwe werkzaamheden naar je toe moeten trekken. Benoem deze dan ook gewoon.

5. Geef ook aan met wie je dat gedaan hebt

Het is zo ontzettend leuk en gemakkelijk om andere mensen belangrijk te maken en aandacht te geven: noem ze in je gesprekken en verhalen en vertel wat zij aan het resultaat hebben bijgedragen. Door te vertellen met wie je het resultaat hebt geboekt, maak je duidelijk dat jij van het samenwerken bent en de waarde van anderen weet te zien. Je maakt ook duidelijk dat je niet alleen voor je zelf en voor je eigen successen werkt. Dit straalt vertrouwen uit naar de mensen met wie je praat. Als zij met je gaan werken of iemand aanbevelen om met je te gaan werken, worden ze misschien ook wel opgenomen in jouw toekomstige succesverhalen. En daar help je hen weer mee. Niemand boekt zijn successen alleen, iedereen heeft mensen nodig om mee samen te werken, ter ondersteuning, voor het vertrouwen of ter aanvulling.

6. En voor wie je dat gedaan hebt

Door aan te geven wie je klanten of opdrachtgevers zijn, maak je het verhaal concreter, bied je mensen de kans om je verhaal te checken en om een referentie te vragen. Door open te delen voor wie de resultaten zijn behaald geeft mensen ook een beeld voor welke andere mensen jij mogelijk relevant kunt zijn. Ook kun je er voor kiezen om de opdrachtgevers te noemen waar je prettig mee hebt samengewerkt of waar je ook in de toekomst nog voor samen zou willen werken.

7. Vertel er iets bij wat voor iemand anders leuk en relevant is om te horen

Kijk even wie je tegenover je hebt zitten voordat je enthousiast begint te 'zenden'. Hoe kun je je succesverhaal zo vertellen dat het waardevol is voor je gesprekspartner? Je kunt een verhaal op heel veel verschillende manieren vertellen, en door af en toe vragen te stellen als 'herken je dat', 'heb jij dat ook wel eens' of 'hoe zou jij in zo'n situatie reageren' kun je je verhaal af stemmen op je luisteraar.

8. Vertel een detail waar je enthousiast over bent

Als je een succes deelt, vertel het dan niet alleen op hoofdlijnen. Vertel een detail in het proces waar je enthousiast over bent, het boek waar je je in moest verdiepen, een congres dat je hebt bijgewoond, wat het ook is, deel het met anderen. En vertel er vooral ook bij waarom je er zo enthousiast over bent. Net als voor veel van de ander punten geldt hier dat je afscheid moet nemen van je bescheidenheid: wat jij doet, leest of interessant vindt, kan dat voor anderen ook zijn. Jij hoeft zelf niet te bepalen of het waardevol is, dat doen anderen wel, en zolang jij dingen enthousiast brengt, krijg je andere mensen mee.

9. Vertel iets over jezelf

Maak het verhaal persoonlijk. Mensen nemen eerder iets aan als ze je sympathiek vinden, als ze een persoonlijke band met je voelen. Je kunt daar bewust op sturen, met behoud van authenticiteit. Voeg dus in het verhaal van je succes persoonlijke elementen toe wat een verbinding maakt met je publiek. Mensen die uit dezelfde stad komen, dezelfde opleiding hebben gevolgd, ook op het punt staan om een huis te kopen of vader (of moeder) te worden hebben een band. Soms kan een samenwerking een stuk prettiger verlopen als je iets meer weet over de achtergrond, thuissituatie of hobby's van iemand.

10. Benoem ook je f*ck ups

Voorkom dat het delen van een succes verzandt in het benoemen van dingen die niet goed gingen. Je ondermijnt jezelf hiermee. Toch vinden mensen het fijn als je ook je kwetsbare kant durft te laten zien. Dat je vertelt over die momenten in het proces waarbij je dacht: "wat heb ik nu weer gedaan?" of: "Dit wordt niets...". Het maakt je menselijk en versterkt zelfs de waardering.

Iedereen herkent zich namelijk in f*ck ups en vindt het mooi als daar open over gepraat wordt. Er zijn zelfs bedrijven met een muur vol geeltjes met de successen en daarnaast de geeltjes met de blunders. Wekelijks wordt het succes en de blunder van de week gekozen.

Opdracht

Kies een van de klussen die je onlangs succesvol hebt afgerond. Wie zou dit moeten weten? Deel je succes, waarbij je gebruik maakt van bovenstaand tips.