

Welke kansen biedt de crisis?

# Wisdom of crowds biedt uitkomst

"Ons antwoord op de crisis:  
samenwerken en creativiteit."



**Wanneer de inkomsten plotseling teruglopen, moet er gesneden worden in de kosten. Dat is logisch. Ook evenementen moeten het ontgelden. Toch kunnen bijeenkomsten juist nu meer rendement opleveren dan ooit. Steek de koppen bij elkaar en grijp de kansen die de crisis biedt.**

"In plaats van bonussen, zou je een schouderklopje moeten geven. Iedereen is gevoelig voor aandacht en waardering." Het Financieele Dagblad organiseerde een bijeenkomst voor ambitieuze managers op Nyenrode Business Universiteit. In een groots opgezette brainstorm dragen de deelnemers ideeën aan om de crisis het hoofd te bieden. Door samen ervaring en kennis uit te wisselen ontstaan concrete actiestappen. In duo's wisselen de deelnemers van gedachten aan de hand van uitdagende opdrachten, bijvoorbeeld "Dit zijn de 2 belangrijkste lessen die ik meeneem uit de huidige crisis". De meest inspirerende visies worden gedeeld voor de hele groep. Zo ontstaat een crisisplan dat verbazingwekkend slimme acties bevat. Doordat alle opdrachten vragen om concrete oplossingen, wordt de discussie op geen enkel punt abstract. Alle deelnemers werden meerdere keren in andere duo's geplaatst, de kersverse contacten verdiepten zich in de rest van het programma. Menig discussie werd na het evenement voortgezet in een on-line community op LinkedIn ([www.linkedin.com](http://www.linkedin.com)) Hoe relevanter de uitdaging, des te meer energie komt er vrij bij het bedenken van oplossingen.



Op Nyenrode maken deelnemers actieplannen om de crisis het hoofd te bieden

Wanneer je de juiste vorm biedt om plannen te maken, dan kunnen evenementen bijdragen aan de oplossing van de crisis. Wanneer je in je gezin plotseling een enorm probleem tegen komt dan wil je dat vooral bespreken met elkaar. Binnen organisaties is dat niet anders.

Ik mocht de discussie op Nyenrode leiden als gespreksleider, daarbij heb ik mijn aanpak zorgvuldig gekozen. Ik heb gebruik gemaakt van de theorieën van James Surowiecki en Ronald Heifetz. Geen droge materie, maar fascinerende inzichten in groepsdynamiek. Mijn speednetworking talkshow bundelt de inzichten van de deelnemers. Zij gaan één op één met elkaar in gesprek. Tussen de gespreksrondes door deel ik de meest opzienbarende ideeën met de hele groep. De deelnemers wisselen vijf maal van gesprekspartner. Voor de deelnemers levert dit nieuwe ideeën en nieuwe contacten op.

## Wisdom of crowds

"Onder de juiste omstandigheden zijn groepen opmerkelijk intelligent, en vaak slimmer dan de slimsten in hun midden" stelt James Surowiecki in zijn standaardwerk *The Wisdom of Crowds*. Het boekje biedt een aaneenschakeling van voorbeelden. Bij weekend miljonairs is er bijvoorbeeld een hulplijn waarbij het publiek mag voorzeggen. Het publiek bij een dergelijk tv uitzending is een bij elkaar geraapt zootje. Wie kan er immers doordeweeks naar de studio komen? Toch adviseren zij vrijwel iedere keer het goede antwoord. Hun steun blijkt betrouwbaarder dan het advies van de hulplijn, een vriend die je kunt bellen voor raad. Dat is opmerkelijk want kandidaten bedenken vooraf wie ze als hulplijn opgeven. Daarvoor selecteer je degene die altijd wint met triviant.

Een ander schitterend voorbeeld van de 'wisdom of crowds' is wikipedia ([www.wikipedia.nl](http://www.wikipedia.nl)). Dat is een succesvolle internet encyclopedie die bestaat uit de bijdragen van internet gebruikers. Deze verzameling 'weetjes' groeit organisch, doordat iedereen aanvullingen kan doen. >>

## Crisisscan

Topcomedian Martijn Oosterhuis en managementtrainer Vincent Knottnerus gaan actief met de deelnemers aan de slag. In drie uur ontstaan plannen om bedreigingen om te zetten in kansen. Bovendien ervaart men hoe leuk veranderen kan zijn.

## Super-brainstorm: hoe gaan wij om met de crisis?

Wat kun je concreet veranderen om klanten beter te bedienen? Hoe kun je kosten besparen? Op basis van de "Wisdom of Crowds"-theorie brainstormen collega's samen in een speednetworking talkshow. Dat levert direct toepasbare ideeën op.

Deelnemers in de speednetworking talkshow



## “Groepen zijn opmerkelijk intelligent en vaak slimmer dan de slimsten in hun midden”

Gebruikers kunnen ook correcties uitvoeren. Je kunt over de meest obscure hobby een hoofdstuk aanmaken in de encyclopedie. Definities uit wikipedia worden inmiddels overgenomen door journalisten en gebruikt in presentaties.

### Bottom-up oplossingen

Ronald Heifetz publiceerde bij Harvard Business Press het boek “Leadership without easy answers”. Hij omschrijft de “adaptive challenge”, de uitdaging waarvoor geen pasklaar antwoord bestaat. Voorbeelden van dit soort uitdagingen zijn crisismanagement, duurzaamheid, corporate social responsibility en klantgestuurd werken. Heifetz toont aan dat in zulke gevallen alle betrokkenen gestimuleerd moeten worden om oplossingen aan te dragen. Vanuit de verschillende referentiekaders ontstaat een veel rijkere visie. Door iedereen bij de uitdaging te betrekken onderstreep je de gezamenlijke verantwoordelijkheid. Zo ontstaan direct toepasbare actieplannen die niet naar verschillende werksituaties hoeven te worden doorvertaald. Er gaat namelijk geen abstract plan aan vooraf.

### Maak de crisis bespreekbaar

De crisis biedt veel onzekerheden. Veel mensen hebben het gevoel dat ze niet weten waar ze aan toe zijn. Leidinggevendenden hebben de antwoorden ook niet. Juist dan is het belangrijk om samen te komen om ervaringen en inzichten met elkaar te delen. Samen weet je meer dan alleen. Zo ontstaat een gevoel van verbondenheid, waardoor iedereen zich gesteund voelt. Voor relatie evenementen kan de crisis een prachtig onderwerp zijn. De relevantie is groot doordat het probleem elke organisatie in elke sector treft. Iedereen kan een hoop leren van de ervaring en kennis van anderen. Als eventmanager kun je een podium bieden voor nieuwe strategie. Bijeenkomsten worden nu relevanter dan ooit. Het is tijd voor actie! •

Aaaaha! the Actor Factory biedt keuze uit uiteenlopende talkshow-concepten. Ervaren gespreksleiders brengen uw deelnemers met elkaar in gesprek: ondermeer Gregor Bak, Joop Vos, Paula Udondek, Tom Slingting, Sophie van Hoytema, Alexander Mayhew en Erik Peekel.

[www.acteurs.nl/talkshows.html](http://www.acteurs.nl/talkshows.html) / Bel gratis 0800 - 22 838 77

*Erik Peekel is oprichter van Aaaaha! the Actor Factory BV. Zijn bedrijf zet acteurs en comedians in om mensen in beweging te krijgen voor positieve verandering. The Actor Factory moet zich ook aanpassen aan de crisis. De omzet over 2009 valt vermoedelijk terug met 25%. Alle zeilen worden bijgezet om alle voorstellen, performances en workshops nog inhoudelijker en relevanter te krijgen. Voor EventView schrijft Erik regelmatig over zijn meest boeiende projecten.*

### Evenementenindustrie staat wereldwijd onder druk

Hotels, locaties en organisatoren worden flink getroffen door de effecten van de crisis. Meeting Planners International opende een online crisis centrum ([www.meetingindustrycrisiscenter.org](http://www.meetingindustrycrisiscenter.org)). Organisaties die van de Amerikaanse overheid steun genieten hebben een officieel evenement-verbod gekregen. Zij mogen niet meer aan evenementen of incentive-reizen uitgeven dan 75.000 dollar. Indien zij een belangrijke reden hebben om dit toch te doen dan is toestemming vereist van een speciale commissie. Het is niet onwaarschijnlijk dat dit soort regelgeving navolging krijgt in andere landen. De evenementen-industrie staat meer dan ooit onder druk om de meerwaarde van de ontmoeting aan te tonen. Wat levert het op?

### Bedreigingen omzetten in kansen

Kom bij elkaar om de effecten van de crisis te bespreken (in duo's, in teamverband, als afdeling of als organisatie):

- Wat voor invloed heeft de crisis op je organisatie?
- Wat voor invloed heeft de crisis op individuele posities en functioneren?
- Wat voor invloed gaat de crisis nog krijgen?
- Wat kun je bedenken om je toegevoegde waarde te verdedigen (individueel/afdeling/organisatie)?
- Moet de business propositie worden aangepast op de huidige markt omstandigheden?
- Wat zijn de stappen die je moet zetten om de crisis te overleven (korte en middellange termijn)?
- Hoe kun je 3% meer omzet genereren op elke opdracht?
- Hoe kun je 5% kosten besparen in je dagelijkse operatie?
- Hoe houd je iedereen 100% gemotiveerd?
- Wat zijn de 2 belangrijkste lessen die je meeneemt uit de huidige ontwikkelingen?



Gregor Bak leidt talkshows rond de crisis