

# Gelijk krijgen, hoe doe je dat?

*Wil je iemand overtuigen? Verdiep je in die persoon*

Gelijk hebben is iets heel anders dan gelijk krijgen. Op de werkvloer kom je daar vanzelf achter. Want waarom doen mijn collega's niet gewoon wat ik ze vraag? En hoe zorg je voor een gecommitteerd 'ja'?

Tekst: Peter Hamers Beeld: Amanda Rohde

“Iedereen heeft wel ooit ervaren dat je gelijk hebben nog niet betekent dat je gelijk krijgt. Bekend is het grafopschrift ‘Ja maar, ik kwam van rechts’. Het is de ultieme vorm van gelijk hebben en niet krijgen, maar dan met een fatale afloop”, aldus communicatie- en gedragstrainer Jos van Langen. Hij verzorgt de workshop ‘Gelijk hebben en gelijk krijgen, hoe doe je dat?’ Deze workshop geeft inzicht in doelgericht communiceren, zodat je anderen voortaan positief weet te beïnvloeden en dat ze voortaan wel gecommitteerd ‘Ja’ tegen je zeggen. Van Langen heeft de workshop vooral gebaseerd op ervaringen uit zijn eigen leven. “De Griekse filosoof Socrates zei het al: ‘Als je jezelf kent, ken je de wereld!’ Het is dus belangrijk om eerst

jezelf te leren kennen, voordat je de ander kunt overtuigen. En je moet precies weten wat je wilt bereiken. Praten met iemand die geen beslisser is, heeft niet zo veel zin. Zoek de sleutelfiguren op en verdiep je in degene die je wilt overtuigen. Wat drijft de ander? Welke belangen en behoeften heeft hij? Gaat het om macht en status of wil hij gezamenlijk iets bereiken? Zoek aansluiting bij de ander en probeer te achterhalen in hoeverre de ander wil veranderen. Waar zit zijn weerstand? Probeer te overbruggen en te sturen! En uiteindelijk ga je onderhandelen en afspraken maken.”

## Drammerig

Van Langen is mateloos geïnteresseerd in het menselijke gedrag. Hij merkt

dagelijks dat sommige mensen drammerig zijn, terwijl anderen het juist moeilijk vinden om voor zichzelf op te komen. “De meeste mensen weten dat goed van zichzelf. Dat is belangrijk, want pas als je iets erkent en herkent, kun je het veranderen.” Deze twee verschillende groepen mensen lopen tegen dezelfde soort problemen aan, aldus Van Langen. Beide groepen hebben bepaalde verwachtingen van de mensen waarmee ze werken en moeten communiceren. “Het probleem is dat de verwachtingen een eigen leven gaan leiden.

De drammer heeft er geen begrip voor dat hij niet begrepen wordt. Hij probeert iets af te dwingen. De ander vraagt zich af waarom de drammer gaat dwingen en voelt zich daar niet prettig bij. Het gevolg is dat de twee tegenover elkaar komen te staan. De drammer en de ander zetten beide sterk in op de inhoud, meer budget om de klus te klaren bijvoorbeeld of juist meer mankracht. De ander verzet zich omdat hij zich daar niet prettig bij voelt.”

## Bang voor conflicten

Om iets te bereiken, moet je het vooral over het proces hebben, is de overtuiging van Van Langen: “Je kunt beter tegen je chef zeggen dat je de klus graag doet en dat je die ook

zeker op tijd af wilt maken, maar dat je een hoger budget nodig hebt en dat je het niet in je uppie voor elkaar krijgt. Dan ontstaat er ruimte voor onderhandelen en afspraken maken.” Bij mensen die niet goed voor zichzelf kunnen opkomen, werkt het ongeveer op dezelfde manier. Deze mensen voelen zich vaak overruled, ze zijn bang voor conflicten en ze maken makkelijk dingen persoonlijk. Van Langen: “Ze denken snel dat ze worden afgeserveerd, maar ook hier gaat het om het proces. Als

ze duidelijk kunnen maken aan hun chef dat ze behoefte hebben aan extra budget en mankracht, kan het onderhandelen beginnen.”

*Alumna Gladys Klaasse volgde de workshop ‘Gelijk hebben en gelijk krijgen, hoe doe je dat?’ Benieuwd naar haar ervaringen? Lees het interview op [www.uu.nl/illustrer](http://www.uu.nl/illustrer)*

*‘De essentie van veranderen’ is de nieuwste film Jos van Langen. Bekijk de film [www.uu.nl/video](http://www.uu.nl/video)*

## Ook de ‘verpakking’ telt

**Verpak de boodschap op de juiste wijze.**

**Een boodschap die indruk maakt is:**

### • HELDER

**Je boodschap is concreet. Hoe tastbaarder, hoe relevanter. Dus zeg niet “er zijn dringend extra financiële middelen nodig...” maar noem een concreet bedrag.**

### • BEKNOPT

**De boodschap is te vertellen in een paar zinnen. Bedenk ook een oneliner, een zin die men makkelijk kan onthouden.**

### • APPELEREND

**De toehoorder moet denken: “Hé... interessant.” Zorg ervoor dat de ander er voordeel bij heeft.**

### • AANSLUITEND

**De boodschap haakt in op de standpunten en wensen van de ander. Maak gebruik van zijn stokpaardjes.**

*‘Socrates zei het al: Als je jezelf kent, ken je de wereld’*



## Workshops voor alumni

In het kader van het najaarsprogramma biedt het U-fonds weer verschillende workshops aan die gericht zijn op het stimuleren van je persoonlijke ontwikkeling en die je verder helpen op de arbeidsmarkt. Nieuwsgierig? Kijk op [www.uu.nl/alumni](http://www.uu.nl/alumni) voor meer informatie.