Roel de Graaf

100 Business Hacks

Inspiratie voor het *Rules Book to Simplify* brengen van eenvoud

100 Business Hacks voor Eenvoud

Introductie

We hebben het wel complex gemaakt met zijn allen. Of het nu in het groot is in de BV Nederland, denk aan de discussies over de uitvoering van wet- en regelgeving, of in het klein, klanten, medewerkers en burgers die verdwalen in bureaucratische processen, er niet meer uitkomen als producten en diensten (te) veel opties hebben. Hoogste tijd om aandacht te vragen voor eenvoud. Eenvoud in alle aspecten van organisaties. Of het nu gaat om producten en diensten, processen of communicatie, het moet en het kan eenvoudiger. Het Engels taalgebied heeft er een mooi woord voor: Simplify!

Dit boekje geeft je in 100 Business Hacks een 'rules book' om aan de slag te gaan met het vereenvoudigen van complexiteit. Soms heb je wat inspiratie nodig om je te helpen los te komen en dingen op een andere manier te zien. Dit boekje geeft je hacks om je aan het (om)denken te zetten, je te challengen en je tot een andere manier van kijken te verleiden.

Ik wil Alice de Graaf, Bob van Graft en Paul Hermans bedanken voor het tegenlezen van de conceptversie en hun waardevolle aanvullingen. Speciale dank aan Laurens Molegraaf en Freek Talsma die met de publicatie van het boek 180 Business Hacks de aanzet gaven om ook dit boekje te maken. Justus Bottenheft bedankt voor de prachtige vormgeving van het boek 180 Business Hacks, een vormgeving die is doorgezet in dit boekje.

Heel veel succes bij het aanpakken van complexiteit in jouw organisatie. Het is vaak eenvoudiger dan je denkt: Doe een stap terug en verwonder je. Benieuwd naar je ervaringen in de zoektocht naar eenvoud en het bestrijden van complexiteit.

Heel veel plezier bij het lezen en toepassen!

Roel de Graaf

Inhoud

Inleiding

1. Eenvoud
2. Stappen
3. Principes
4. Analyse
5. Producten / Diensten
6. Processen
7. Organisatie
8. Communicatie
9. Klantinteractie
10. Systemen & IT

Jouw business hack

Appendix

A. Verder lezen
B. ChatGPT over eenvoud

1

Eenvoud

1. Eenvoud
2. Wat te vereenvoudigen
3. Tendens naar complexiteit
4. Specialisten
5. Simplicity principe
6. Kenmerken van eenvoud
7. Goed doorzien
8. Killing your darlings
9. Verwondering
10. E.S.S.A.

Eenvoud

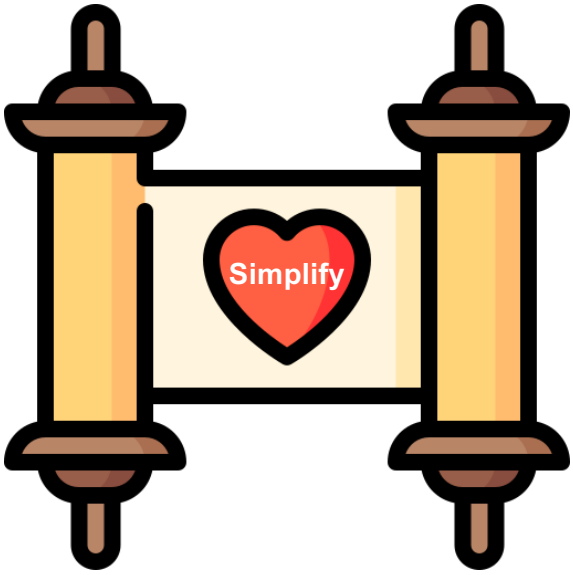


Image thanks to Flaticon.com

1.01

Notities

Eenvoud is de basis voor alle optimalisatie. Of het nu gaat om procesverbetering of om het ontwikkelen van producten en diensten, eenvoud moet het uitgangspunt zijn. We willen steeds meer, meer mogelijkheden, meer opties. Maar al dat meer heeft een schaduwzijde: het zorgt ervoor dat de complexiteit toeneemt. Maar de best presterende oplossingen zijn degene die het eenvoudigst zijn te begrijpen, te bedienen en te beheren. Dat geldt voor alles. Denk aan producten en diensten, processen, bedrijfsmodellen en marktstrategieën, wat eruit springt zijn die eenvoudig zijn. Maak daarom vereenvoudiging de basis van je verbeteroplossingen en optimalisatie. Houd het simpel!

Wat vereenvoudigen

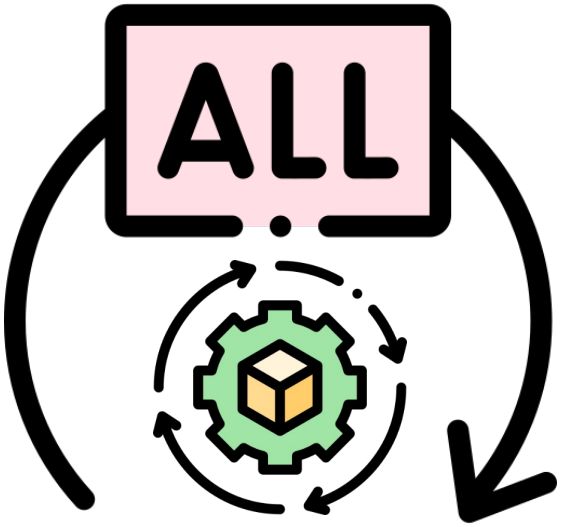


Image thanks to Flaticon.com

1.02

Notities

Wat zou je dan kunnen vereenvoudigen in je organisatie? Laten we een paar van de vele aspecten van je organisatie noemen die je kan aanpakken. Wat dacht je van: Processen, Besluitvorming, Communicatie, Portefeuilles, Producten, Projecten, Markten, Diensten, Apparatuur, Klantinterface, Componenten, Opties, Functies, Montage, Diensten, Systemen, Toelevering, Distributie, Productiestructuren, Verkoop. **Alles in je organisatie** dus!

Tendens naar complexiteit

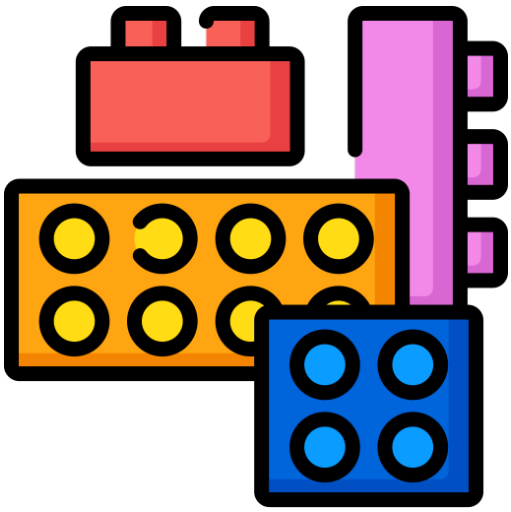


Image thanks to Flaticon.com

1.03

Toen ingenieur Leidy Klotz met zijn zoontje van 2,5 jaar oud met Lego aan het spelen was en er een blokje ontbrak om de poten van een gebouwde stellage even hoog te maken, ging hij op zoek naar het ontbrekende blokje. In de tussentijd loste zijn zoontje het probleem simpelweg op door een blokje van de langere poot af te halen. Klotz ging er onderzoek naar doen aan de universiteit van Virginia. Hij ontdekte dat mensen een natuurlijke voorkeur hebben om **zaken complexer te maken** in plaats van te versimpelen. Bij een probleem, hebben we de neiging om oplossingen te kiezen waarbij nieuwe elementen worden toegevoegd in plaats van bestaande componenten weg te nemen. Een interessant gegeven dat we overal om ons heen zien gebeuren. Tijd om het eenvoudiger te gaan maken!

Notities

Specialisten houden van complexiteit

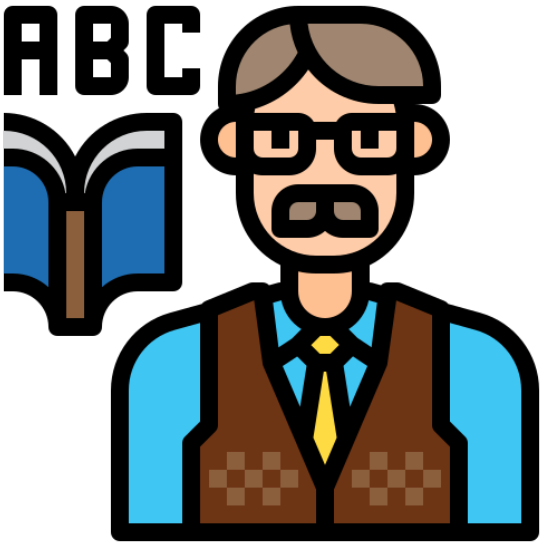


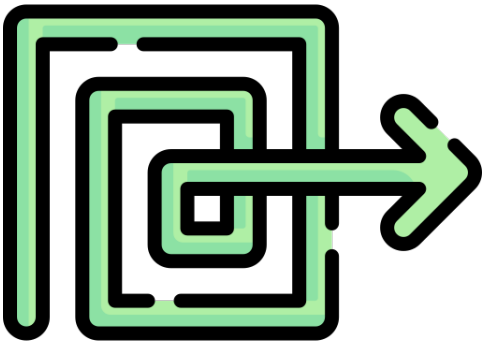
Image thanks to Flaticon.com

1.04

Notities

'De gemakkelijkste manier om "superieur" te zijn is te pretenderen te begrijpen wat anderen niet snappen. Daarvoor heb je complexiteit nodig. Ogenschijnlijk complexe zaken geven ruimte aan duiders van die complexiteit. Eenvoudige en gemakkelijk te begrijpen zaken maken een einde aan die positie. Verwacht dus niet dat de **specialisten** initiatief zullen nemen om te vereenvoudigen. Het is niet in hun belang om dat te doen. Het initiatief om zaken te vereenvoudigen moet van een buitenstaander komen. Wie is dat in jouw organisatie?

Simplicity Principe



Effectively accomplish what is important with the least possible.

Image thanks to Flaticon.com

1.05

Notities

Je kan veel bedrijfs-, proces- en productverbetering bereiken als je het **eenvoudprincipe** het leidende principe maakt van je verbeteraanpak: *Effectief bereiken wat belangrijk is met het minst mogelijke*. De formulering is eenvoudig, maar er zit een wereld achter. Het heeft geen zin om eenvoudig te zijn als het niet effectief is. Wat "het" ook is, het moet zijn werk goed doen, anders is het helemaal geen oplossing. De sleutel is je te concentreren op wat belangrijk is. Belangrijk in de ogen van de klant. Het "minst mogelijke" verwijst naar middelen, energie, tijd of rollen. Bepaal wat het minst mogelijke betekent in elke specifieke context. En maak dan de juiste keuzes!

Kenmerken van eenvoud

Clarity

Convenience

Elegant

Timeliness

Transparency

Usability

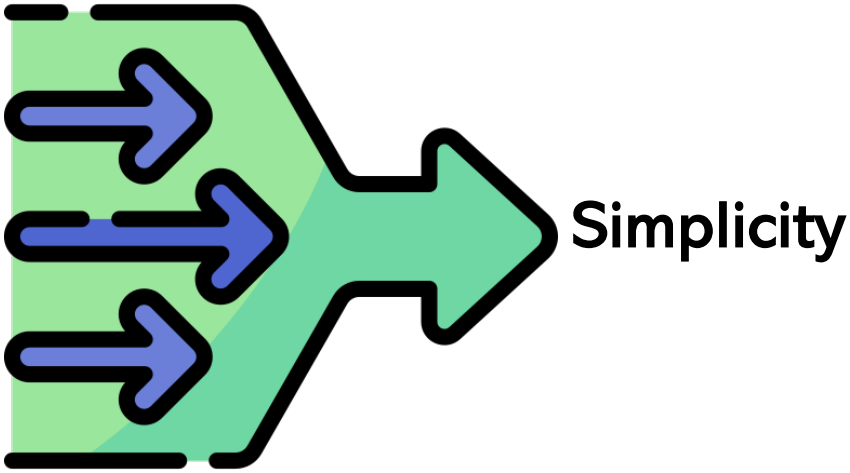


Image thanks to Flaticon.com

1.06

Notities

Er is niets simpel aan **simplicity**. Het heeft geen synoniem. Het is niet alleen gemak, duidelijkheid, bruikbaarheid, tijdigheid, of schoonheid. Het is de som van al die dingen. Zaken eenvoudig maken is niet eenvoudig. Het gaat erom te begrijpen wat essentieel en zinvol is in tegenstelling tot wat dat niet is, om vervolgens dat laatste genadeloos te verwijderen en de nadruk en focus te leggen op het eerste. Eenvoud zou het leidende principe moeten zijn voor elke organisatie. In het bedrijfsleven en in de publieke sector. We zien overal om ons heen een crisis van complexiteit. Tijd om ons te richten op eenvoud!

Goed doorzien

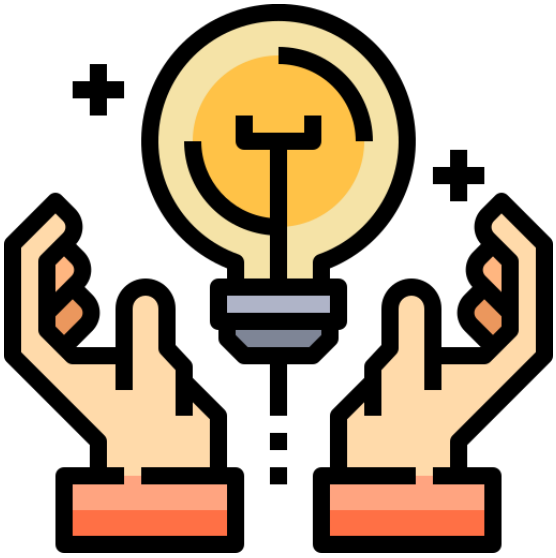


Image thanks to Flaticon.com

1.07

Notities

Eenvoud moet ontworpen worden. Om iets te kunnen ontwerpen moet je precies weten waarover het gaat en wat je wilt bereiken. Je moet de materie heel goed begrijpen. Doe je dat niet, dan zal het resultaat van je inspanningen eerder "simplistisch" dan eenvoudig zijn. Echte eenvoud is het resultaat van een **diepgaand inzicht.** Heb je de vaardigheden aan boord om het volledige speelveld te overzien en om te begrijpen wat en hoe vereenvoudigd kan/moet worden?

Killing Your Darlings

Image thanks to Flaticon.com

1.08

Notities

Focussen is nee durven zeggen. Iedereen die iets eenvoudig probeert te maken - een product, een dienst, bepaalde communicatie, of beleving - moet meedogenloos zijn als het gaat om het bewerken, opschonen, of, om een harder woord te gebruiken, vernietigen. Hollywood filmmakers gebruiken vaak de term **'killing your darlings'** als ze het hebben over de pijnlijke taak van een scenarist om iets te schrappen waar hij helemaal weg van is - een kleurrijke scène, een eigenzinnig personage, een o zo slimme zin - dat voor de storyline van de film niet relevant is. Ook bij het vereenvoudigen van producten, diensten, communicatie of zelfs hele bedrijfsmodellen is er geen alternatief voor een meedogenloze killer ...

Verwondering

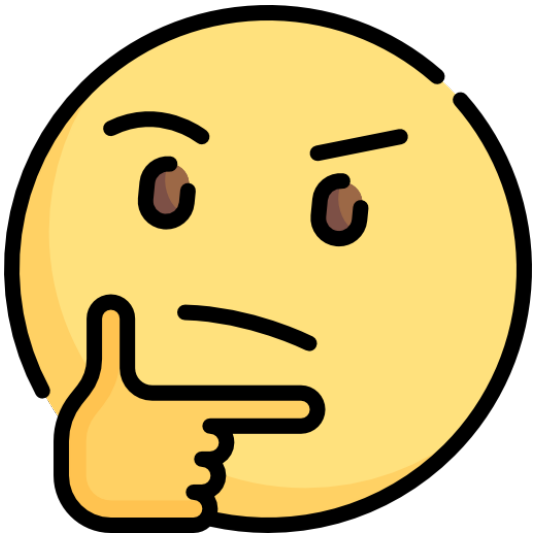


Image thanks to Flaticon.com

1.09

De meeste innovaties starten met **verwondering**. Het zijn vaak de rebellen die de verandering in gang zetten. Een rebel kijkt net even anders naar de werkelijkheid dan wat gebruikelijk is. Een rebel is tegendraads. De eigenschappen van een rebel?

1. Ze zijn nieuwsgierig en open voor nieuwe dingen.
2. Ze zijn creatief en praktisch.
3. Ze zijn moedig en authentiek.

Vaak worden ze als lastpakken gezien, maar koester de rebel in je team. Ze zorgen ervoor dat er beweging komt met wellicht een mooie innovatie tot gevolg. Geef ruimte voor verwondering, het brengt eenvoud.

Notities

Eliminate
Simplify
Standardize
Automate

Edward de Bono

Image thanks to Flaticon.com

1.10

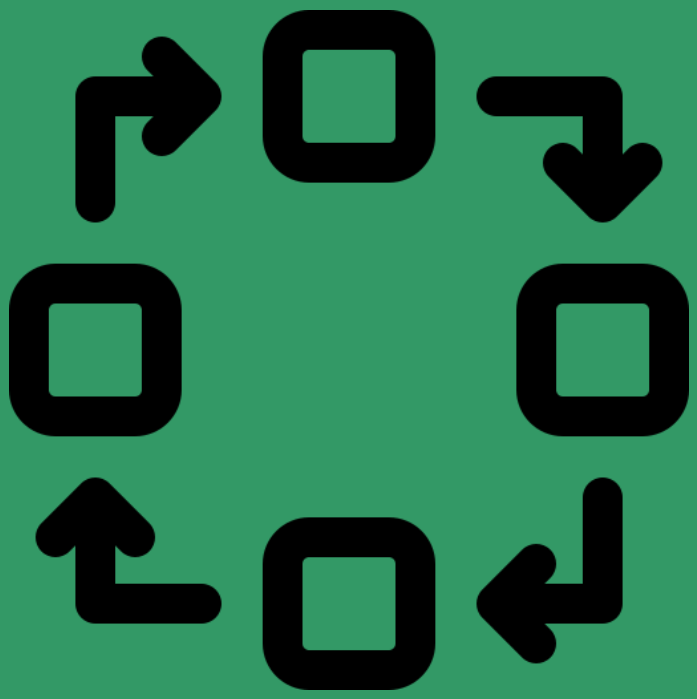
Notities

Hoe reduceer je complexiteit? Door **ESSA** toe te passen volgens De Bono. Elimineer, maak het eenvoudig, standaardiseer en automatiseer. Maar let op: wel in deze volgorde! Je zult verrast zijn hoe vaak elimineren de oplossing is!

2

Stappen

1. Het proces
2. Ambitie
3. Kijk in de spiegel
4. Start opnieuw
5. Doen
6. In de genen
7. Toekomst
8. Blik van een buitenstaander
9. Nightmare competitor
10. Failure Friday



Het Proces

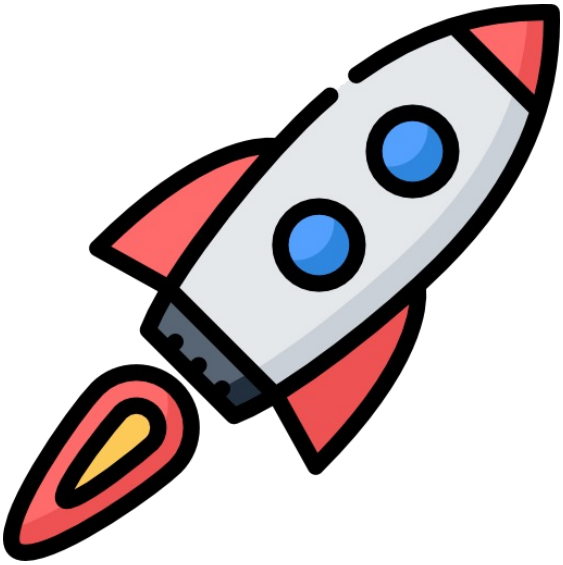


Image thanks to Flaticon.com

2.01

Notities

Bedrijven die excelleren in eenvoud streven ernaar om voortdurend en consequent de complexiteit buiten de deur te houden. Dit doen ze door **de volgende vijf stappen** te volgen om eenvoud te krijgen en te behouden:

1. Definieer het ambitieniveau
2. Kijk in de spiegel
3. Start opnieuw
4. Maak het waar
5. Maak het blijvend

Organisaties moeten een cultuur creëren waarin eenvoud in de genen van de organisatie zit. Focus op nieuwe gedrags-, denk- en werkwijzen bij alle medewerkers van hoog tot laag. Dromen, denken en doen gericht op eenvoud!

Ambitie

Image thanks to Flaticon.com

2.02

Notities

Organisaties moeten duidelijk maken waarom zij maximaal inzetten op eenvoud. **De ambitie definiëren**, het mandaat hiervoor vaststellen en de beoogde resultaten benoemen. Een mooi voorbeeld is een groot farmaceutisch bedrijf dat zichzelf het doel stelde om een miljoen uur (!) tijdverspilling eruit te gaan managen. Uren die elk jaar verloren gingen als gevolg van interne complexiteit. De uren die vrijkwamen werden geïnvesteerd in strategische initiatieven op het vlak van innovatie en verkoop.

Kijk in de spiegel

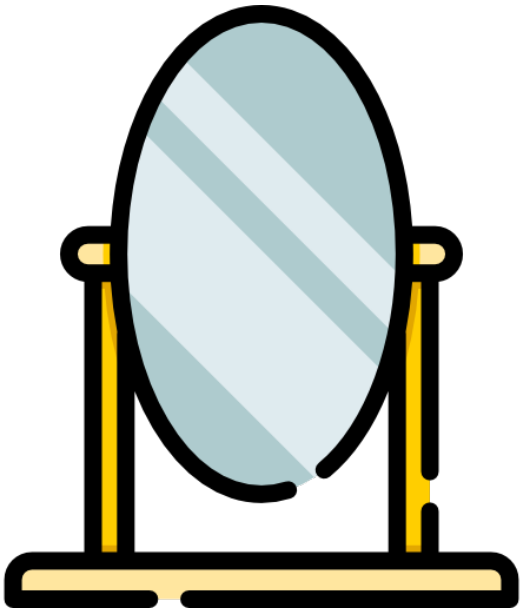


Image thanks to Flaticon.com

2.03

Notities

Kijk in de spiegel. Bepaal hoe complex het allemaal wel niet is geworden. Kijk waar die complexiteit allemaal wel niet zit in de producten, de processen en de organisatie. Aan de hand van gegevensanalyses, enquêtes, interviews en observaties, krijg je inzicht in waar het eenvoudiger kan en moet. Een verzekeraar vraagt bijvoorbeeld met regelmaat al de werknemers om per team vast te stellen waar de activiteiten complex zijn geworden. Zo wordt in beeld gebracht waar er optimalisaties mogelijk zijn om de complexiteit te verminderen.

Start opnieuw

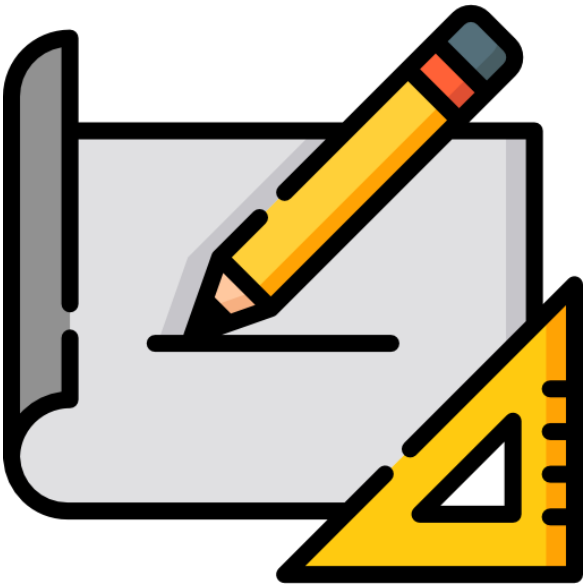


Image thanks to Flaticon.com

2.04

Notities

Soms is het veel gemakkelijker om opnieuw te beginnen dan te proberen te veranderen wat er is. Een goede aanpak om te vereenvoudigen is terug te gaan naar de basis en **van nul af aan** te beginnen. Negeer de huidige situatie. Ontwerp op basis van de belangrijkste kernwaarden en prioriteiten. Vergelijk vervolgens het ontwerp met de bestaande situatie. Ontwerp het ideale "eenvoudige" product, dienst of proces en ga van daaruit verbeteren.

Doen

Image thanks to Flaticon.com

2.05

Notities

Jack Welch werd vermaard door het Work-Out programma door te voeren bij alle business units van General Electric. Management werd zelf ingeschakeld bij het begeleiden van de workshops gericht op het elimineren van complexiteit door middel van korte sprints. Een aanpak die ervoor zorgde dat het vereenvoudigen schaalbaar was voor de hele organisatie en er snelle successen behaald werden. Managers zelf aan de bak voor het doen van de nodige interventies, het coachen van de teams en het bewaken dat het ook daadwerkelijk eenvoudiger wordt. Continu het mantra van eenvoud blijven herhalen. Iets voor jullie organisatie? **Make it happen!**

In de genen

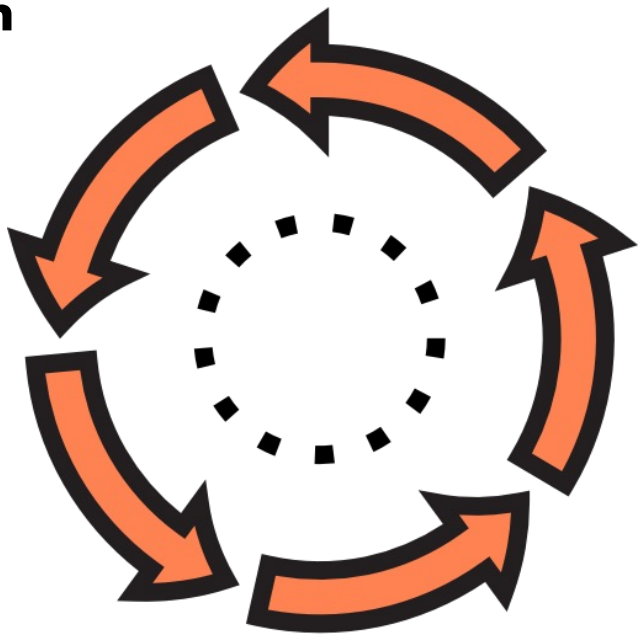


Image thanks to Flaticon.com

2.06

Notities

Eenvoud klinkt gemakkelijk, naar om het vol te houden moet er structureel iets veranderen in de organisatie. De cultuur moet om en het moet gegrift staan in het denken en handelen van medewerkers. Het moet een kerncompetentie worden en niet iets wat tijdelijk even aandacht krijgt. En dat is niet eenvoudig. Als organisatie moet je het als **kenwaarde** benoemen. Twee mooie **voorbeelden** zijn Aviva's belofte om "complexiteit te doden" en Amazons belofte “to invent and simplify“. Ze zijn gestart met interventies om ervoor te zorgen dat deze beloftes integraal onderdeel worden van het denken en handelen van medewerkers in de dagelijkse werkzaamheden.

Toekomst

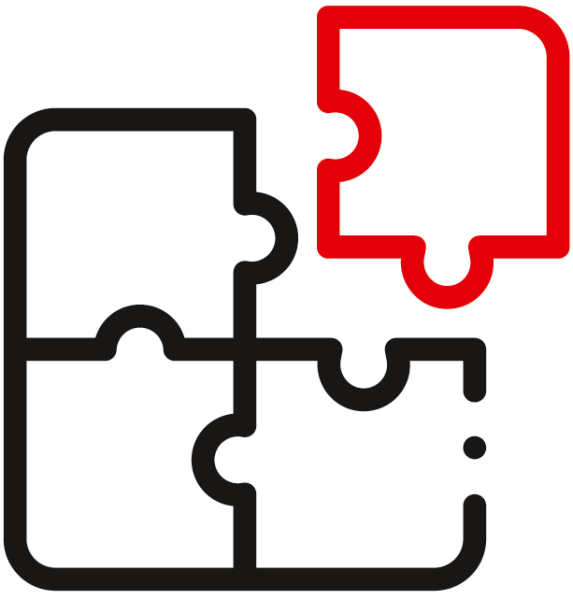


Image thanks to Flaticon.com

2.07

Notities

In mijn ‘training on the job’ in het opstellen van requirements was een belangrijke les dat je niet alleen het probleem van vandaag moet oplossen. Kijk hoe je in je analyse en je ontwerp ook de **toekomstige vraag** voor kan zijn. Hoe kan je bijvoorbeeld met behulp van parametrisering dat wat je realiseert zo inrichten dat toekomstige wijzigingen eenvoudig door te voeren zijn? Lost jouw team alleen de vraag van vandaag op of ook de toekomstige vraag? Erover nadenken zorgt ervoor dat eenvoud ‘ingebakken’ wordt in het product, de dienst, het proces.

Blik van een Buitenstaander

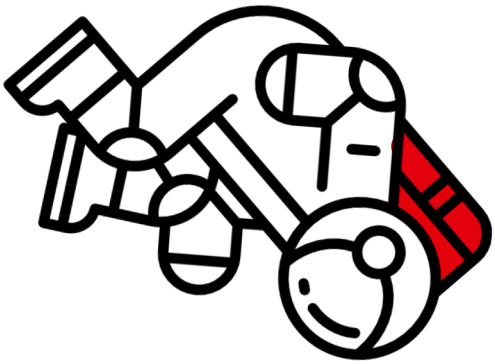


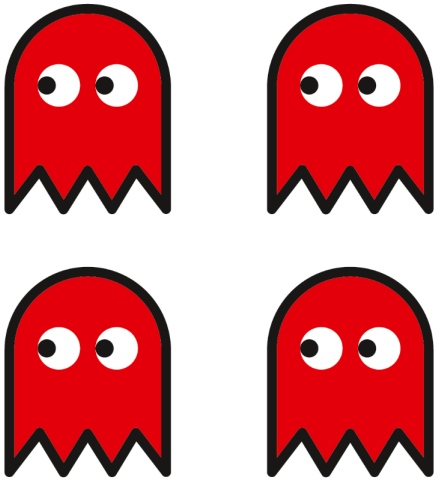
Image thanks to Flaticon.com

2.08

Soms is het goed om eens naar je organisatie te kijken met de **blik van een buitenstaander.** Is het wel logisch wat we hier aan het doen zijn? Vanzelfsprekendheden ter discussie stellen. Wat nemen we als vaststaand gegeven aan waardoor we niet aan vernieuwen toekomen? Net even anders kijken. Er zijn allerlei methoden voor met vragen als ‘Wat als een kind dit proces of product zou ontwerpen? Of ‘hoe kijkt een piloot vanuit een cockpit naar dit probleem’? Maar de belangrijkste: word zelf klant van je eigen organisatie en ervaar zelf de dienstverlening! Manieren om met een blik van een buitenstaander naar het product, het proces, de organisatie te kijken. Wanneer heb jij voor het laatst klant geweest van je organisatie?

Notities

Creëer jouw nightmare competitor



2.09

Notities

Mooie oefening in het kader van planvorming en strategievorming: creëer je eigen ‘**nachtmerrie**’. Wat zou een concurrent kunnen doen om het jouw organisatie moeilijk te maken? Als je dit doet met je team ontstaat er een interessant beeld. Het laat je eigen zwakke plekken als organisatie zien. Het geeft aan waar je als organisatie (veel) beter moet worden. Wie wordt jouw ‘nightmare competitor’?

Failure Friday

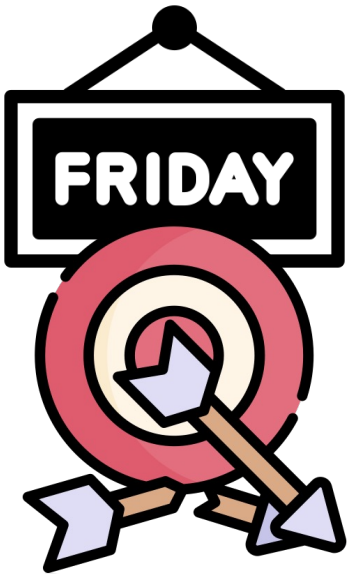


Image thanks to Flaticon.com

2.10

Notities

Giny Boer, topvrouw van C&A, introduceerde Failure Friday in de organisatie. Een concept afkomstig uit de Agile/IT-wereld waarbij de vrijdag gebruikt wordt om op zoek te gaan naar fouten in de ontwikkelde systemen. Zij past het net even anders toe: leiders stellen zich op **Failure Friday** kwetsbaar op. Als leider bespreek je een fout en kijkt met elkaar wat ervan geleerd is en wat er gedaan kan worden om het in de toekomst te voorkomen. Wel een stoer concept Durven jullie dit aan in je organisatie? Je kwetsbaar opstellen, je fouten bespreken. Om er zo van te leren en een echt lerende organisatie te worden. Failure Friday.

Giny Boer (CEO C&A) in een interview in de Volkskrant (9-2-2022)

3

Principes

1. Kernelementen
2. Shedding, Trimming, Cutting, Slimming
3. Tijd
4. Vertrouwen
5. Verleden
6. Luister
7. Denk klein
8. Denk mensgericht
9. Wees sceptisch
10. Automatische piloot

Kernelementen

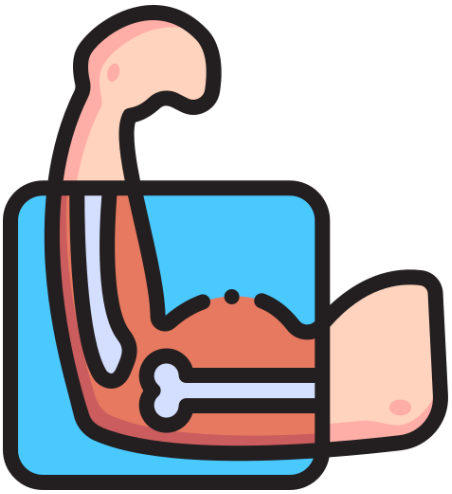


Image thanks to Flaticon.com

3.01

Waar moet je aan denken als het gaat om eenvoud bij het ontwikkelen en aanbieden van de best mogelijke klantervaring? Dan zijn deze drie **aspecten** belangrijk:

- **Duidelijkheid** - Door duidelijke communicatie met de klant is het makkelijker de wensen en het aanbod op elkaar af te stemmen.
- **Waarde** - Het belangrijkste is om een product/dienst aan te bieden dat klanten bereid zijn te kopen en aan te bevelen.
- **Transparantie** - Alleen bedrijven die niets te verbergen hebben, kunnen zich eenvoud veroorloven. Geen verborgen kosten, gekke promoties of andere onnodige trucs.

Notities

Shedding, Trimming, Cutting, Slimming

Image thanks to Flaticon.com

3.02

Notities

Een mooie aanpak om te vereenvoudigen is een zogenaamde **"zero-base"-benadering.** Dit houdt in dat alles wat geen waarde toevoegt, wordt verwijderd. Zero-base: alles moet zijn 'aanwezigheid' kunnen rechtvaardigen. Stel alles, elk onderdeel, ter discussie en kijk of het kan worden weggelaten.

Tijd

Image thanks to Flaticon.com

3.03

Niks zo frustrerend als wachten. Daarom proberen we allemaal, zowel klanten als organisaties, manieren te vinden om wachttijd te voorkomen. We gaan op zoek naar de snelste optie of een andere manier om onze frustratie over wachten te vermijden. Hoeveel tijd geef jij bijvoorbeeld een nieuwe app of een website voordat je besluit om ermee te stoppen? Wanneer iets snel gaat, vinden we het eenvoudig. En prettig uiteraard. Denk aan de 'overnight delivery services' die je nu bij alle webshops ziet. Voor 22.00u bestelt, morgen in huis. Als je gedwongen wordt te wachten, lijkt het onnodig complex. **Besparingen in tijd voelen als eenvoud.** Tijd is een schaars goed, zorg er dus voor dat je tijd van je klant bespaart of verbetert.

Notities

Vertrouwen

Image thanks to Flaticon.com

3.04

Notities

Stel je een elektronisch apparaat voor met slechts één knop. Als je op de knop drukt, is de taak afgerond. Klik, klaar. Er is bijvoorbeeld een brief verzonden of een product besteld. Je weet met zekerheid dat het precies deed wat gedaan moest worden. Dat is eenvoud. En het is dichterbij dan we denken. De computer wordt elke dag slimmer. Gewoon op een knop klikken en de klus is geklaard. Je hoeft niet na te denken over alle stappen achter die klik. Bied in je oplossing de gebruiker het vertrouwen dat het ook echt voor elkaar is. **In simplicity we trust.**

Kijk naar het verleden

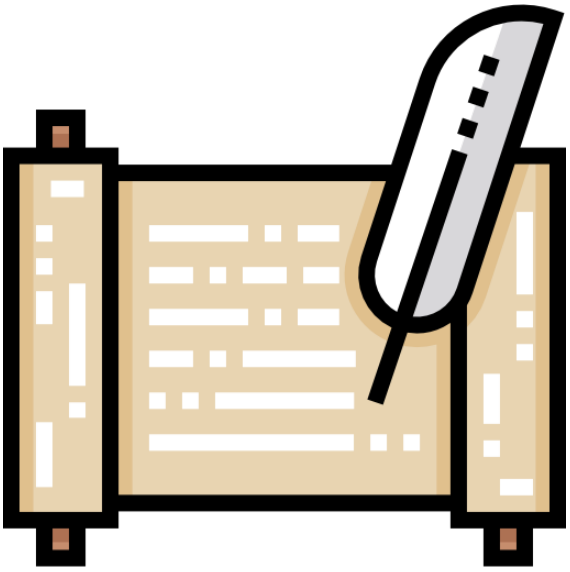


Image thanks to Flaticon.com

3.05

Notities

Doe eens een **historische analyse.** Veel dingen zijn er gewoon omdat ze ooit zo zijn ontstaan. Er zullen ongetwijfeld ooit goede redenen voor zijn geweest, maar die zijn misschien allang niet meer van toepassing. Een historische evaluatie houdt in dat wordt gekeken naar het geheel en ook naar de onderdelen, en dat steeds de vraag wordt gesteld: "Is dit nog steeds nodig".

Luister

Image thanks to Flaticon.com

3.06

Notities

Luister naar de mensen die er mee werken. Klanten, eerstelijnswerkers, degenen die dagelijks gebruik maken van het product, de dienst en het proces. Zij weten wat er anders en beter kan. Ze kunnen je goede tips geven over wat nodig of overbodig is. Misschien hebben zij zelfs handige short-cuts ontwikkeld die niet eerder naar voren zijn gekomen.

Denk klein

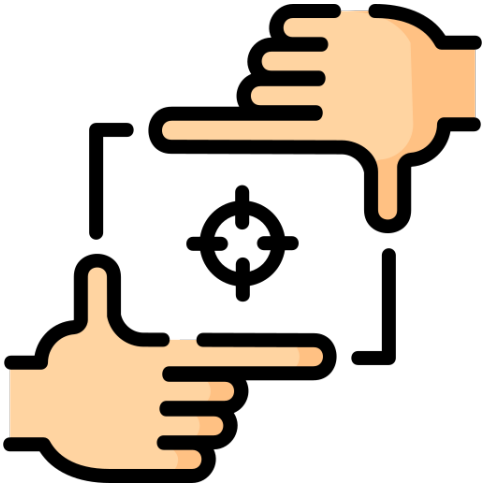


Image thanks to Flaticon.com

3.07

Notities

Communiceer en focus op één kenmerk/aspect. **Veel keuze is geen keuze**. Beperk je verhaal en zorg dat het eruit springt. De keuzes tot een minimum beperken brengt duidelijkheid voor de organisatie en voor de klanten - zoals Jobs bij Apple bewees toen hij meer dan twintig productmodellen verving door een line-up van slechts vier producten. Segall betoogt dat de wildgroei en het geven van keuze de klant juist in verwarring brengt. Mark Parker, president en CEO van Nike, vroeg advies aan Steve Jobs, die hem vertelde dat Nike geweldige producten maakte, maar ook een hoop rotzooi waar het vanaf moest.

Denk mensgericht

Image thanks to Flaticon.com

3.08

Notities

Gevoel en wat je hoort en ziet zijn vaak belangrijker dan de cijfertjes en de rapporten. Maak als management echt connectie met de medewerkers, met de werkvloer. Durf verder te kijken dan de dashboards en houd het eenvoudig. **Heb aandacht voor de mens!** Een mooi voorbeeld zijn de mensen die de iPhone hebben ontworpen. Ze haatten hoe mobiele telefoons in het verleden werkten en bouwden er eentje die ze zelf graag zouden willen gebruiken.

Wees sceptisch

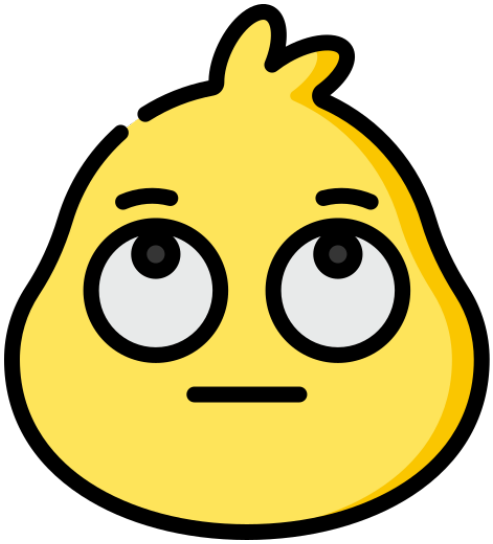


Image thanks to Flaticon.com

3.09

Notities

Eenvoud is niet bang om te handelen op basis van gezond verstand of je intuïtie, zelfs als het indruist tegen de mening van de experts. **Wees sceptisch**. In de woorden van Steve Jobs: "Laat het lawaai van andermans meningen je eigen innerlijke stem niet overstemmen. En het belangrijkste: heb de moed om je hart en intuïtie te volgen."

Automatische piloot

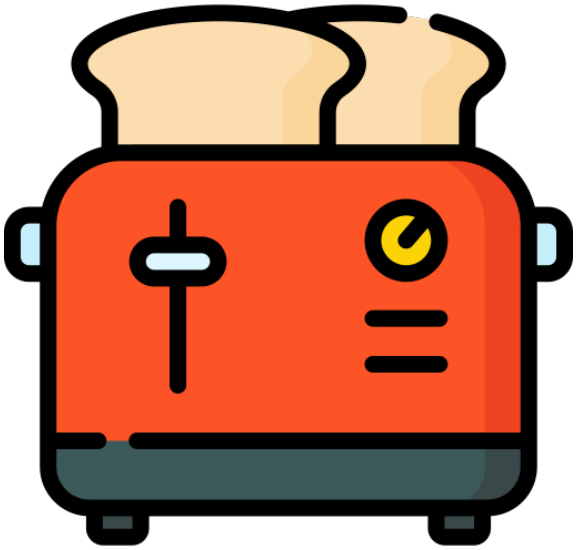


Image thanks to Flaticon.com

3.10

Notities

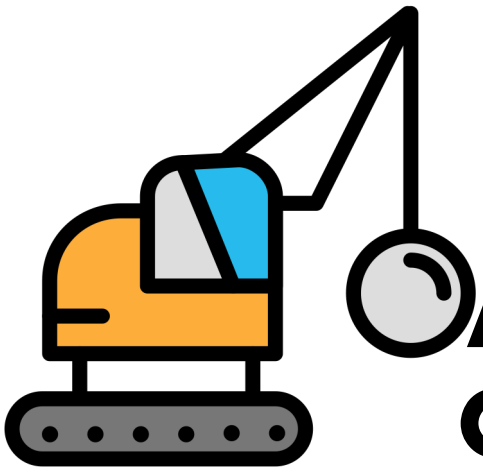
In het artikel "Controlled and Automatic Human Information Processing" stellen de cognitieve wetenschappers Schneider en Shiffrin dat goed ingestudeerd gedrag "**automatisch**" wordt. Dit verwijst naar de neiging van mensen om gewone, geoefende taken uit te voeren met een minimum aan bewuste, cognitieve inspanning. Neem bijvoorbeeld het broodrooster. Een uitvinding die de laatste decennia weinig is veranderd. Het broodrooster is eenvoudig in gebruik en vraagt zeer weinig interacties om het resultaat te bereiken. We gebruiken het op de automatische piloot. Zorg voor automatisering, weinig nadenken, in het gebruik van het product, het proces, de interactie!

4

Analyse

1. Vernietig
2. Waarde
3. Complication
4. Zwakste schakel
5. Meerdere stromen
6. Frictiejager
7. Work arounds
8. Samenhang en koppeling
9. Gemiddelde
10. Kan-wel-jurist

Vernietig



Don't Automate, Obliterate!

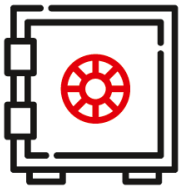
Image thanks to Flaticon.com

4.01

Notities

Obliterate = vernietigen, uitwissen, doorhalen. Voordat je aan iets begint eerst de vraag stellen of wat er wordt gedaan echt wel nodig is. Eerst het proces door de Lean wasstraat bijvoorbeeld en daarna pas automatiseren.

Waarde



Adding Value

Adding Costs

Counting	Searching	Moving
Copying	Accumulating	Collating
Storing	Reviewing	Approving
Expediting	Editing	Retrieving
Revising	Checking	Filing
Preparing	Inspecting	

Image thanks to Flaticon.com

4.02

Notities

Mooi onderscheid vanuit Lean. Welke activiteiten **voegen waarde toe**? Voor welke activiteiten is een klant bereid te betalen? En welke activiteiten worden uitgevoerd in een organisatie maar voegen geen waarde voor de klant toe? Die laatste categorie is belangrijk om in beeld te hebben. Hier zijn kansen voor optimalisatie. Mooi lijstje met werkwoorden voor activiteiten die eens goed tegen het licht gehouden kunnen worden.

Situation

Implication

Complication

Resolution

4.03

Notities

Een goed consultancy rapport kent de opbouw:

- Situation - wat is er aan de hand?
- Implication - wat zijn de gevolgen, wat is de impact?
- Resolution - wat is de oplossing?

Er is echter nog een belangrijke stap. **Complication** - waarom is het niet al eerder opgelost? Pas als je deze vraag kan beantwoorden weet je zeker dat je aan de oplossing kan gaan werken. Als een probleem er al een tijdje is, mag je er vanuit gaan dat er al aan gewerkt is en er al meerdere pogingen zijn gedaan om het te verhelpen.

De zwakste schakel

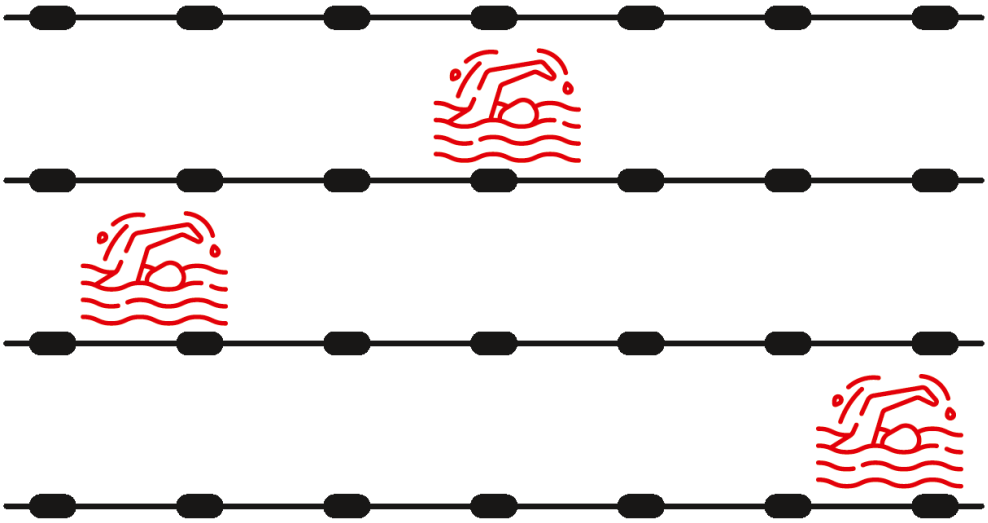
Image thanks to Flaticon.com

4.04

Notities

Theory of Constraints. The Goal van Eli Goldratt. Een prachtig boek over hoe je jouw bedrijfsvoering kan optimaliseren. Ga op zoek naar de zwakste schakel in jouw voortbrengingsketen. Als je de capaciteit van die schakel weet te verdubbelen gaat de output van je organisatie gelijk met een factor twee omhoog. Waar zit in jouw proces de zwakste schakel?

Meerdere stromen



4.05

Notities

Bij de inrichting en automatisering van processen in organisaties wordt vaak geprobeerd om met één proces alles te vangen. Immers, als het ontworpen proces de moeilijkste cases aan kan, dan kan het ook de eenvoudige gevallen ondersteunen. Alleen wordt het daarmee vaak ook complex, tijdrovend voor de eenvoudige gevallen en moeilijk te automatiseren. Een betere oplossing kan zijn om in het ontwerp meerdere versies van het proces te hebben. Een aparte stroom voor de complexe gevallen. De meeste eenvoudige cases kan je snel automatiseren en sneller afwikkelen. Meerdere **swimming lanes**.

Frictiejager

Images thanks to Flaticon.com

4.06

Notities

Elke organisatie zou een **‘Frictiejager’** moeten aanstellen volgens Steven van Belleghem. Medewerkers die fricties die klanten ervaren, inventariseren, prioriteren en oplossen. Een mooi voorbeeld is Amazon Go waar je nooit meer in de rij hoeft te staan bij de kassa. Zeker nu digitaal een commodity is geworden is het van levensbelang om de klantbeleving zo effectief en efficiënt mogelijk te maken. Is zo’n Friction Hunter iets voor jullie organisatie?

Zoek de work arounds

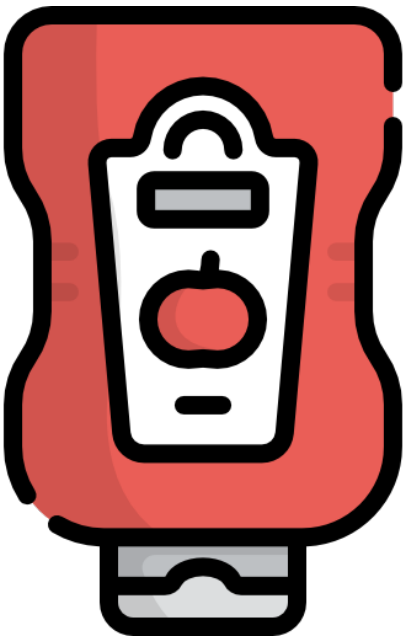


Image thanks to Flaticon.com

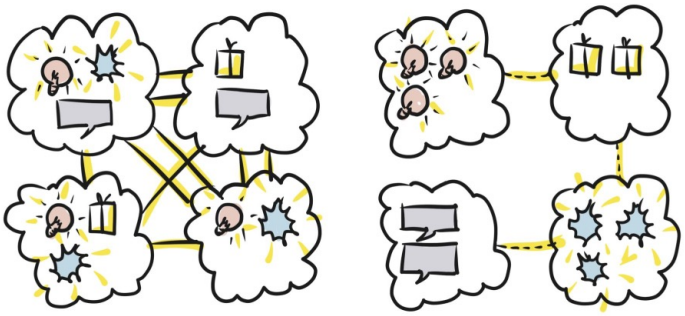
4.07

De meeste innovaties starten niet met een briljant idee. Een goede optie is om eens te kijken wat voor creativiteit mensen toepassen om iets op te lossen waar ze tegenaan lopen. Mensen zijn super creatief en vinden vaak bijzondere oplossingen voor alledaagse problemen. Meestal zijn deze houtje-touwtje-oplossingen, **work arounds**, die je op het spoor kunnen zetten van een structurele oplossing. Een klassiek voorbeeld hiervan is de ketchupfles. Om het laatste restje uit de fles te halen, werd de ketchupfles op zijn kop in de kast gezet. Een slimmerik zag dit en ontwierp de 'ondersteboven' ketchupfles. Later werd dit breder toegepast bij bijvoorbeeld shampooflessen en tandpastatubes.

Notities

Samenhang en koppeling

Strong Cohesion



Weak Coupling

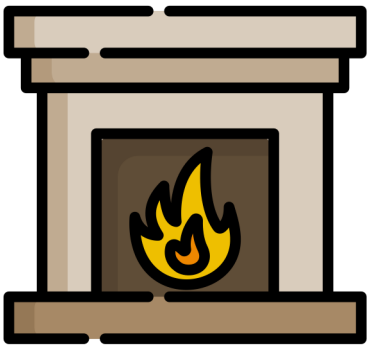
Image thanks to mrpicky.dev

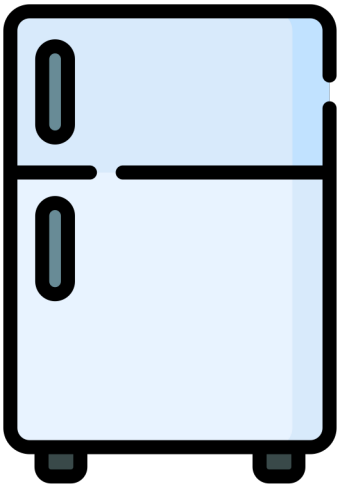
4.08

Notities

Een belangrijk principe in IT: **maximale samenhang, minimale koppeling**. Ontwikkel modules die maximaal onafhankelijk van elkaar kunnen opereren. Elk met een duidelijke eigen functie. En ontwerp de communicatie tussen de modules op basis van een eenvoudig open protocol zodat elke component verantwoordelijkheden en gedrag naar eigen inzicht kan implementeren. En het mooie is: dit principe kan je breed toepassen. Bijvoorbeeld ook in organisatie-inrichting (tussen teams en afdelingen). Maximale interne samenhang, minimale externe koppeling.

Gemiddelde zegt niets





Images thanks to Flaticon.com

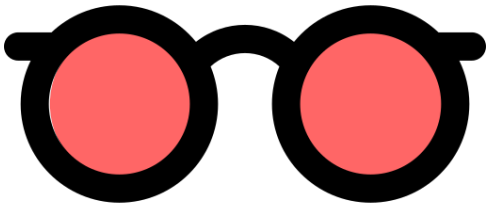
4.09

Met je hoofd in de vriezer en met je voeten in de openhaard is je temperatuur ook **gemiddeld** en toch ben ik bang dat het niet goed met je gaat. Kijk uit voor het gebruik van gemiddelden. Gemiddelden kunnen een heel verkeerde indicatie zijn als er bijvoorbeeld grote uitschieters zijn aan beide kanten. Doe een goede analyse van de verschillende scores. Juist die uitschieters kunnen je heel veel informatie geven. Neem bijvoorbeeld een meting van de klanttevredenheid. De uitschieters in positieve zin zijn je promotors (om een NPS-term te gebruiken). De uitschieters in negatieve zin kunnen je heel waardevolle informatie geven over hoe het beter kan en moet. Weg van het midden!

Notities

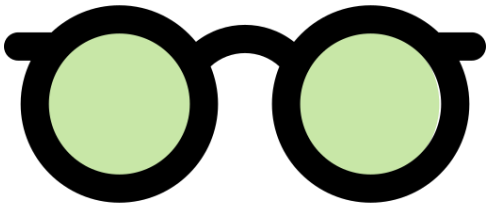
Met dank aan Lucien Zalbin

Kan-wel-jurist



Kan-niet-jurist

Risicomijdend
Beperkingen
Letter van de wet



Kan-wel-jurist

Oog voor voordelen
Mogelijkheden
Geest van de wet

Images thanks to Flaticon.com

4.10

Notities

'Ik deed een klein dansje toen ik hoorde dat de gemeente Amsterdam een **kan-wel-jurist** heeft. Die heeft als taak om bij aanbestedingen niet zozeer te kijken of een aanbesteding voldoet aan de wet, maar juist om te verkennen welke ruimte de wet biedt zodat uit de aanbesteding iets komt waar gemeente en burgers op zitten te wachten. Dat wijkt nogal af van hoe veel organisaties –helaas – hun juristen inzetten, namelijk als legalistische risicobeperkers die ervoor moeten zorgen dat hun organisatie (of leidinggevende) nergens op te pakken is.' Jasper van Kuijk in zijn column in De Volkskrant. Prachtig. Welke bril heeft de medewerker in jouw organisatie? Hopelijk heb je veel 'kan-wellers' die helpen het eenvoudiger te maken!

Jasper van Kuijk –column in De Volkskrant over denkfouten in het hedendaags ontwerp gefileerd (19 September 2020).

5

Producten

1. Tendens
2. Belang van eenvoud
3. Product portfolio’s
4. Martini principe
5. Digitale waarde
6. Unbundling
7. Snelle vissen
8. Groei model
9. Add-ons
10. Embedded

Tendens naar complexer

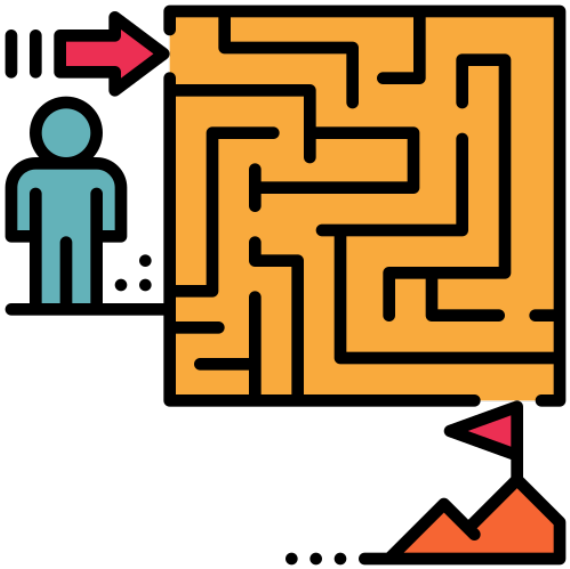


Image thanks to Flaticon.com

5.01

Notities

Eenvoud is niet eenvoudig. Er is geen natuurlijke evolutie naar eenvoud. In de praktijk worden de dingen **steeds complexer** in plaats van eenvoudiger. Dit gebeurt vaak omdat er steeds nieuwe functies en kenmerken worden toegevoegd. De complexiteit neemt dus toe. Houd dit in gedachten bij de evaluatie van je producten-, diensten- en/of procesportfolio. Mettertijd wordt het van nature steeds complexer. Aan die complexiteit raak je zo gewend dat je het zelf niet eens meer ziet. Maar voor de ander is het dat wel. Doe een stap terug en kijk of het eenvoudiger kan!

Belang van eenvoud

Image thanks to Flaticon.com

5.02

Notities

Mensen hebben een voorkeur voor eenvoud en zijn eerder geneigd te gaan voor producten en diensten die **het minste vragen van hun cognitieve vermogen**. Ze kiezen dat product en die dienst die het minst ingewikkeld is. Men kiest zogezegd voor de makkelijkste weg. Door de overdaad aan informatie is het menselijk brein voortdurend op zoek naar mogelijkheden om uit te rusten. Mensen volgen bijvoorbeeld gemakkelijk de suggesties van anderen, omdat ze dan niet zelf hoeven na te denken. Zorg er daarom voor dat de weg naar jouw product en dienst transparant en eenvoudig is. Anders is het de concurrent die de klant bij de hand neemt, het ze eenvoudig maakt en leidt naar hun product…

Product Portfolio's

Image thanks to Flaticon.com

5.03

Notities

Vaak kost de onderste 5% van onze **productportefeuilles** meer dan ze opleveren. Elimineer ze. Hetzelfde geldt voor klanten en markten. Eenvoudiger portefeuilles vergen minder tijd en moeite om te beheren. Houd in gedachten hoe je marktportefeuille al het andere kan beïnvloeden. Meer markten betekent meer strategieën. Meer strategieën betekent meer projecten en productlijnen. Dat leidt tot verdeling van (schaarse) middelen, meer onderdelen in voorraad, meer personeel, meer leveranciers, meer van alles. En het leidt tot meer complexiteit. Saneer om het eenvoudig te houden.

Het Martini principe

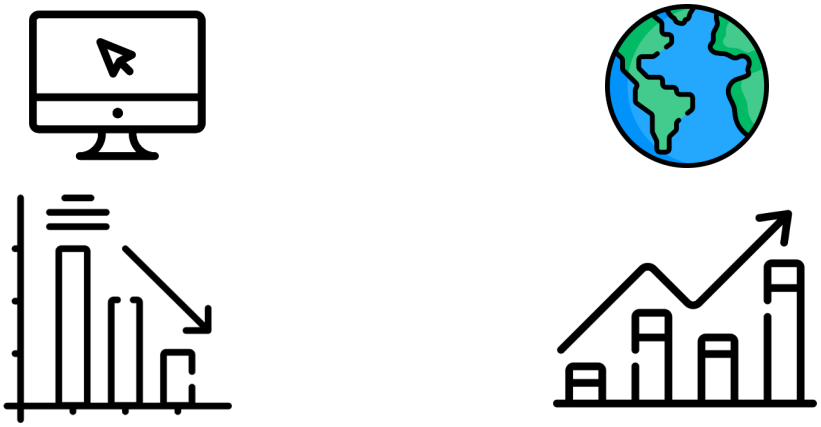
Anytime, Anyplace, Anywhere

5.04

Notities

Martini had in een ver verleden een reclame met de slogan ‘Anytime, Anyplace, Anywhere’. Ik noem dit het ‘Het Martini Principe’, een mooi model voor innovatie. Elk product, elke dienst, elk proces dat niet voldoet aan het Martini Principe kan (en zal) verbeterd worden. Kan ik het product of dienst op elk moment, op elke locatie en op elke manier afnemen? Als dat niet zo is, moet je als organisatie aan het werk. Kijk met het Martini Principe in gedachten eens naar je dienstverlening. En verbeter het. Anders doen anderen dat wel.

Digitale waarde



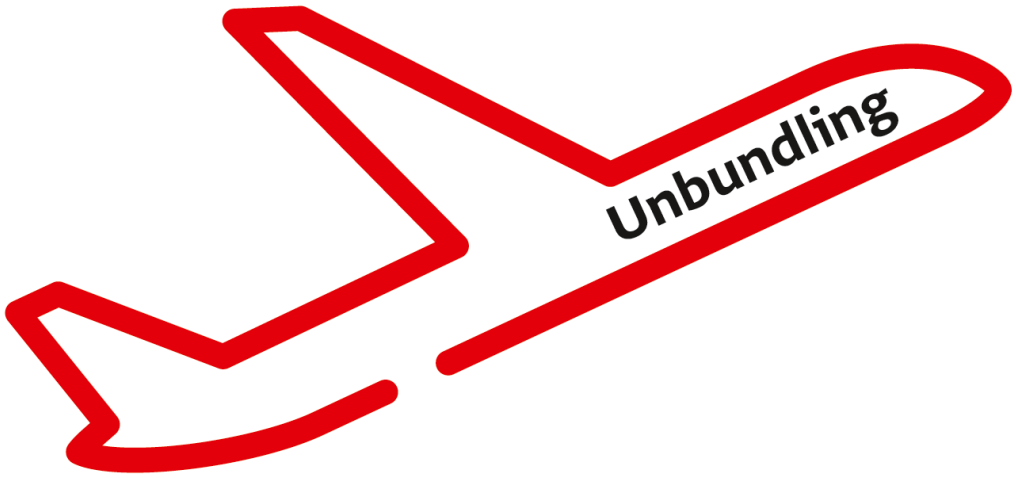
Images thanks to Flaticon.com

5.05

Notities

Er is een interessant probleem met **digitalisering**. Alles wat gedigitaliseerd kan worden zal in waarde dalen, alles wat niet gedigitaliseerd kan worden zal in waarde stijgen. Voor mij was ooit de trigger een concert van Coldplay. Het concert was niet goedkoop en na afloop kreeg iedereen gratis een CD met de gespeelde nummers mee. Waar in het verleden geld verdiend werd met de verkoop van dragers zoals CDs, wordt het nu verdiend met het concert. De beleving. Wat betekent deze verandering voor jullie producten en diensten?

Unbundling

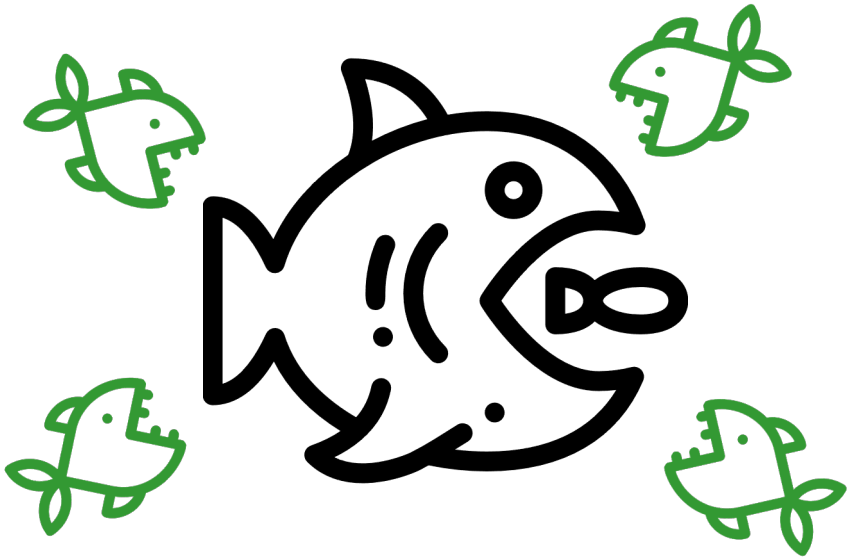


5.06

Notities

Om te zien hoe markten en organisaties zich ontwikkelen is het goed om eens naar een organisatie als KLM te kijken. KLM deed alles zelf: vliegtuigen kopen en onderhouden, piloten in dienst nemen, catering in eigen beheer. Maar tegenwoordig gaat dat anders in de luchtvaart. Alles wordt nu gedaan door specialistische bedrijven. Dat zie je nu overal. **Specialisatie**. Wat doet jouw organisatie nog zelf wat beter door een specialist gedaan kan worden?

Snelle vissen



Images thanks to Flaticon.com

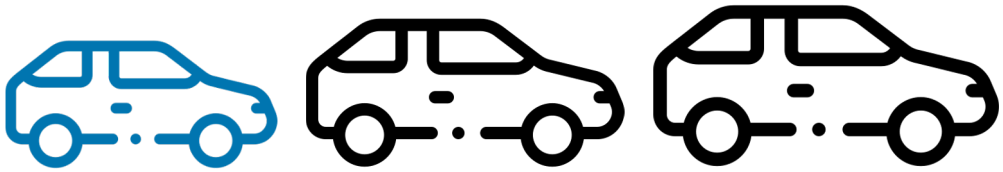
5.07

Notities

Professor Klaus Schwab, voorzitter van het World Economic Forum heeft een mooie uitspraak gedaan: ‘In the new world, it is not the big fish which eats the small fish, **it’s the fast fish which eats the slow fish**.’ Alles draait in de nieuwe economie om snelheid, time-to-market, zeker daar waar het digitalisering betreft. Er vinden nu zelfs overnames plaats van bedrijven die al heel lang bestaan door partijen die tot een paar jaar geleden nog helemaal niet bestonden. Nieuwe startups zijn in no-time meer waard dan gerenommeerde marktpartijen uit de oude economie. Behoren jullie tot de big fish categorie (en slow)? Of zijn jullie de fast fish in de oceaan?

Met dank aan Jasper Treur

Mooi groeimodel



Images thanks to Flaticon.com

5.08

Notities

Is het je opgevallen hoe de autobouwers proberen meer omzet van hun klanten te krijgen? De ene manier is via accessoires (zie de volgende business hack), maar ze hebben een nog veel mooiere manier. Het model wat je hebt gekozen wordt bij **elke upgrade een stukje groter**. En daarmee ook weer duurder. Dus ook al blijf je als klant in hetzelfde model rijden en ga je niet voor het naast hogere model in de reeks, je gaat toch steeds wat meer betalen. En van tijd tot tijd zetten ze er dan een kleiner model onder voor de nieuwe instappers. Een model waarmee ze dan dezelfde truc uithalen uiteraard. Iets voor jullie product/dienst?

Add-ons

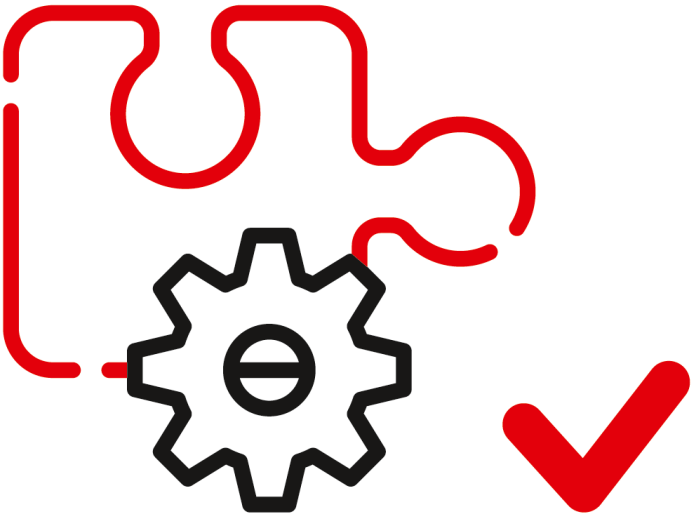


Image thanks to Flaticon.com

5.09

Notities

Voor veel bedrijven is het basisproduct waar ze bekend van zijn, niet meer het belangrijkste verdienmodel. De echte winst wordt gemaakt op de accessoires. De **add ons** bij het product. Voor auto's is dat duidelijk, het basismodel dat in de catalogus staat wordt bijna nooit verkocht. Die is wel erg beperkt in aankleding. Bij een tankstation is de shop bijna een supermarkt geworden of er zit een Starbucks in. En zelfs bij bedrijven als Apple is het hoesje voor de telefoon iets waar enorme marges op gemaakt worden. Of wat te denken van het boeken van een vlucht? De koffer is tegenwoordig bijna duurder dan de stoel zelf …

Embedded

Image thanks to Flaticon.com

5.10

Notities

Services is tegenwoordig het nieuwe verdienmodel. Belangrijk daarbij is de **integratie** van jouw producten en diensten in de ketens van anderen. Denk aan jouw verzekering in een leasecontract voor een auto. Denk aan jouw betaaldienst in de OneClick van Amazon. Hoe gaan (jouw) processen embedded worden in de bedrijfsvoering van partners?

6

Processen

1. Procesverbetering
2. Change assessment
3. SIPOC
4. Zeven stappen
5. SUPER
6. Standaard
7. Ontmenselijking
8. Connectiviteit
9. Klein voorbeeld
10. Stop met controleren

Procesverbetering

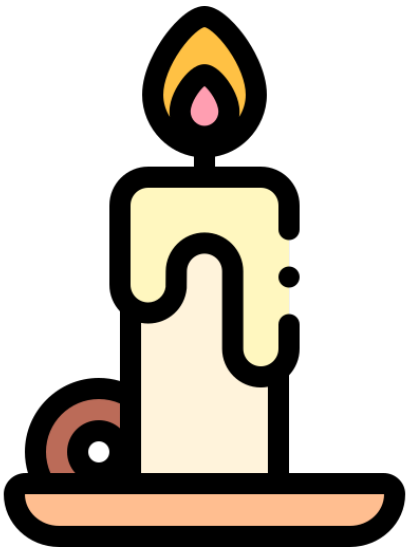


Image thanks to Flaticon.com

6.01

Notities

Je kan nog zoveel tijd en energie steken in het langer en helderder laten branden van een kaars, maar je zou nooit tot een gloeilamp komen - het zal altijd een kaars blijven. Een heel goed punt om over na te denken als je bezig bent met het verbeteren van je product en/of dienst als organisatie. Ga eerst op zoek naar waarvoor je product ook al weer bedoeld was. Welke behoefte wordt ermee vervuld. **Wat zijn de echte behoeften**? En hoe kan je beter in die behoefte voorzien? Welke beter passende oplossing kan je bieden door gebruik te maken van digitalisering en/of nieuwe technologie? Tegenwoordig is veel mogelijk!

Change assessment

Image thanks to Flaticon.com

6.02

Als je processen eenvoudig wilt houden, moet je oppassen voor de verleiding om ze te "finetunen" met kleine verbeteringen die na verloop van tijd onnodige stappen toevoegen aan een proces dat al voldoende is voor haar taak. Je kan **voorkomen dat processen te ingewikkeld worden** door de volgende drie vragen te stellen voor een change:

1. Is de aanbevolen verandering absoluut noodzakelijk?
2. Zal de verandering worden gebruikt door alle gebruikers?
3. Zal de verandering helpen om het proces eenvoudiger te maken, te onderhouden en te ondersteunen?

Als het antwoord op alle drie de vragen "ja" is, voer de wijziging dan door. Als het antwoord op één van de drie vragen "nee" is, dan moet je de change afwijzen.

Notities

SIPOC

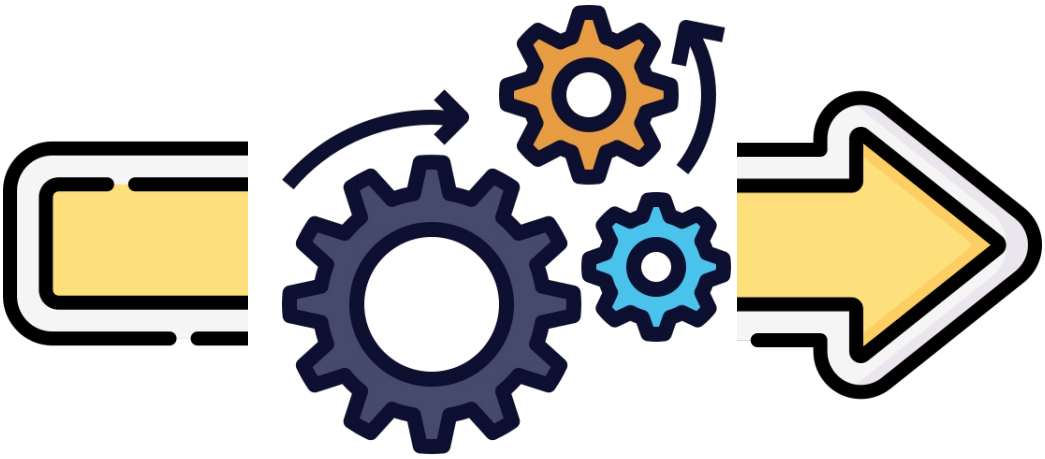


Image thanks to Flaticon.com

6.03

Notities

SIPOC is een eenvoudige methode voor de verbetering van bedrijfsprocessen. Supplier – Input – Process – Output – Consumer. Sommige organisaties gebruiken liever COPIS, dat begint dan bij de klant en zet dat centraal, maar dat is om het even. SIPOC is eenvoudig in het bepalen van alle elementen in de procesketen om deze vervolgens goed te kunnen analyseren en optimaliseren. Het kan op verschillende lagen worden gebruikt om zo tot in de kleinste details een (deel)proces te analyseren. Het is het oudste van alle business modelling tools en nog steeds een van de meest waardevolle modellen om te gebruiken om processen eenvoudiger te maken.

7 Stappen

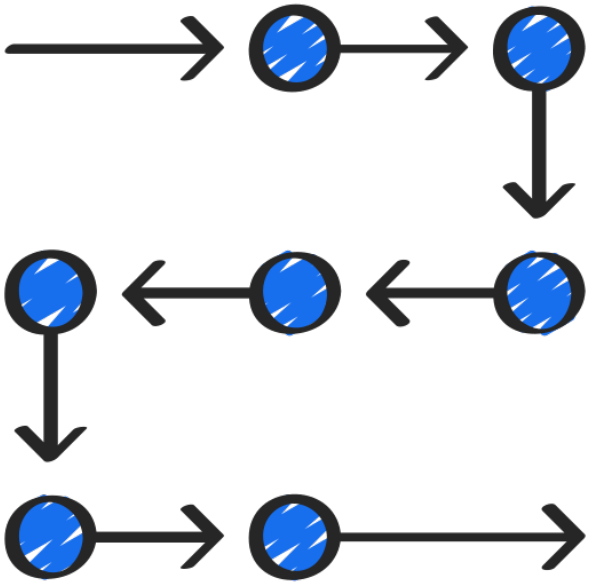


Image thanks to Flaticon.com

6.04

Notities

Probeer elk proces te definiëren met zeven of minder stappen. Zeven omdat dat over het algemeen de bovengrens is van wat de meesten van ons in één keer kunnen volgen. Processen worden gevolgd als ze eenvoudig zijn, ze worden omzeild als ze te ingewikkeld zijn. Sommige processen zijn in hun eenvoudigste vorm meer dan zeven stappen lang. Splits ze dan op in sub-processen, volgens dezelfde regel van zeven of minder stappen. Minimaliseer de inspanning om taken of stappen te volbrengen. Elimineer de kans op fouten. Volg de '**regel van zeven**' om processen te vereenvoudigen.

SUPER

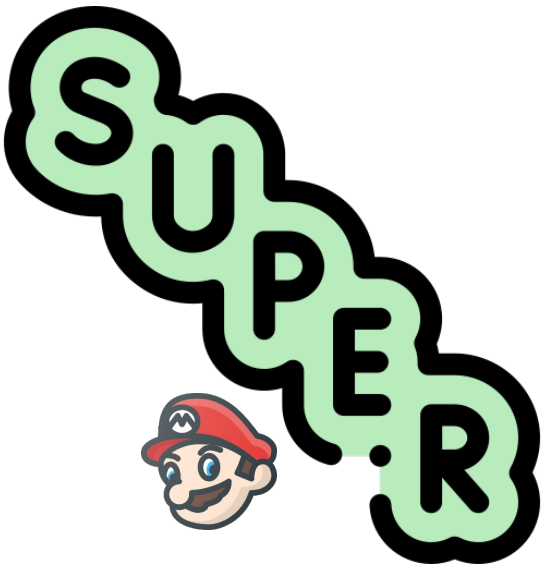


Image thanks to Flaticon.com

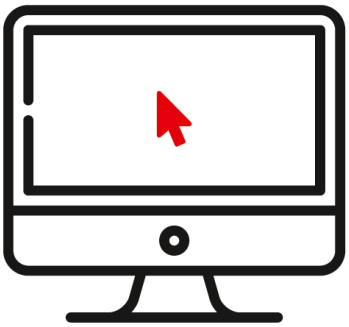
6.05

Notities

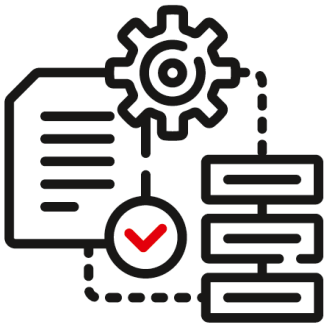
Ontworpen voor het verbeteren van bedrijfsprocessen, is de **SUPER-methode** opgesplitst in vijf stappen. De fasen in SUPER-aanpak zijn:

- **Selection**: bepalen van de bottlenecks;
- **Understanding**: beschrijven en goed doorgronden van het proces en de onderdelen daarvan;
- **Process measurement**: het analyseren van de kengetallen en resultaten van het proces;
- **Execution**: implementatie van de verbetervoorstellen die de vorige stappen hebben opgeleverd;
- **Review**: post-implementatie evaluatie om te kijken of het process daadwerkelijk beter loopt dan ervoor.

Standaard



Verander het systeem



Verander de manier van werken

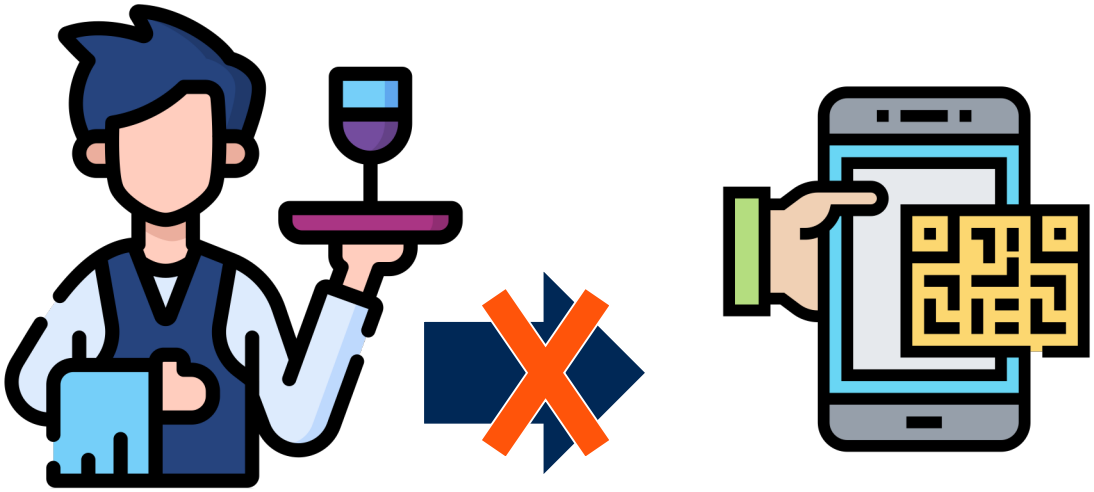
Image thanks to Flaticon.com

6.06

Notities

Implementeer een applicatie **zo standaard mogelijk**. Waarom zou bijvoorbeeld jouw HR proces anders zijn dan die van andere organisaties? Door het zo standaard mogelijk te implementeren wordt het leven in de toekomst op IT-gebied veel eenvoudiger. Nieuwe versies? Je kan mee met de standaard. Nieuwe functies? Je kan mee met de standaard. De tijd, geld en energie die je zou willen investeren in het aanpassen van de applicatie op jouw organisatie kan je veel beter gebruiken om de organisatie op te leiden in het gebruiken van de standaard.

Stop de ontmenselijking



Images thanks to Flaticon.com

6.07

Notities

Heb je al een keer in een restaurant gezeten waar niemand meer langs kwam om je bestelling op te nemen maar je je bestelling moest doen door het scannen van een QR code op de tafel? En wat vond je ervan? René Koekkoek heeft een pleidooi gehouden **tegen de ontmenselijking** van de publieke ruimte. Door alles maar te automatiseren, verleren we de kunst van het samenleven. Er zijn echter ook organisaties die juist inzetten op behoud van de menselijke interactie in hun dienstverlening. Bijvoorbeeld een financiële instelling die juist kantoren opent in plaats van sluit. Er mag wat meer balans zijn tussen de voordelen van digitalisering en het fijne van de menselijke interactie. Hoe staan jullie hierin als organisaties?

volkskrant.nl/columns-opinie/opinie-stop-de-ontmenselijking-van-de-publieke-ruimte-en-offer-niet-alles-op-aan-efficientie

Connectiviteit is prachtig, maar er zijn grenzen

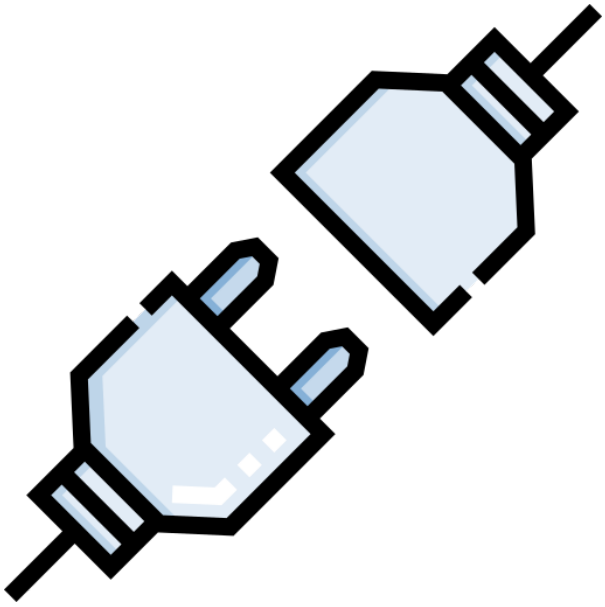


Image thanks to Flaticon.com

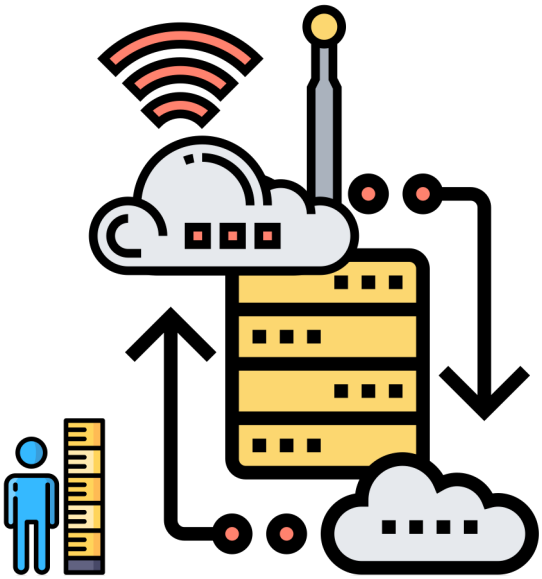
6.08

Notities

Nabijheid, connectiviteit, verbinding – via internet, globalisering en handel – maakt kwetsbaar. We dachten dat de nieuwe wereld waarin alles met alles verbonden is alleen maar zegen zou brengen. Maar inmiddels hebben we ook de schaduwzijden van deze verbondenheid ervaren. Op persoonlijk vlak is het toch minder fijn dat de grote organisaties (in het Westen) of de overheid (in China bijvoorbeeld) alles van je weten. En in het bedrijfsleven hebben we kunnen zien wat er mis gaat als de aanvoerlijnen maar even stokken. Elshout sluit zijn column af met 'Uit alles blijkt: **verbinding is prachtig maar er zijn grenzen**.' Zit er bij jullie organisatie voldoende speling in de koppelingen?

Arie Elshout – Als een astronaut tolde ik gewichtloos en gelukzalig rond in heen oneindig universum aan nieuwe mogelijkheden – Volkskrant (okt 2021)

Klein voorbeeld



Images thanks to Flaticon.com

6.09

Cases in de management literatuur zijn veelal gebaseerd op wat gerenommeerde organisaties doen. De grote namen, dat zijn de cases waar we van zouden moeten leren. Maar het advies is om eens wat vaker **in de leer te gaan bij kleinere organisaties**. Neem het vakgebied IT. Kleine organisaties moeten met minder budget en met minder mensen dezelfde digitaliseringsgraad bieden als haar grotere broers en zusterorganisaties. Zij gaan daarbij vaker op zoek naar slimmere oplossingen. Daar waar grote organisaties nog aan het nadenken waren over zaken als de Cloud, SaaS en al die andere ontwikkelingen in IT, maakten kleine organisaties hier al (lang) gebruik van. En dat zonder al die dure consultants en dikke strategiedocumenten. Klein zet de trend als het om vereenvoudigen gaat.

Notities

Stop met controleren

Images thanks to Flaticon.com

6.10

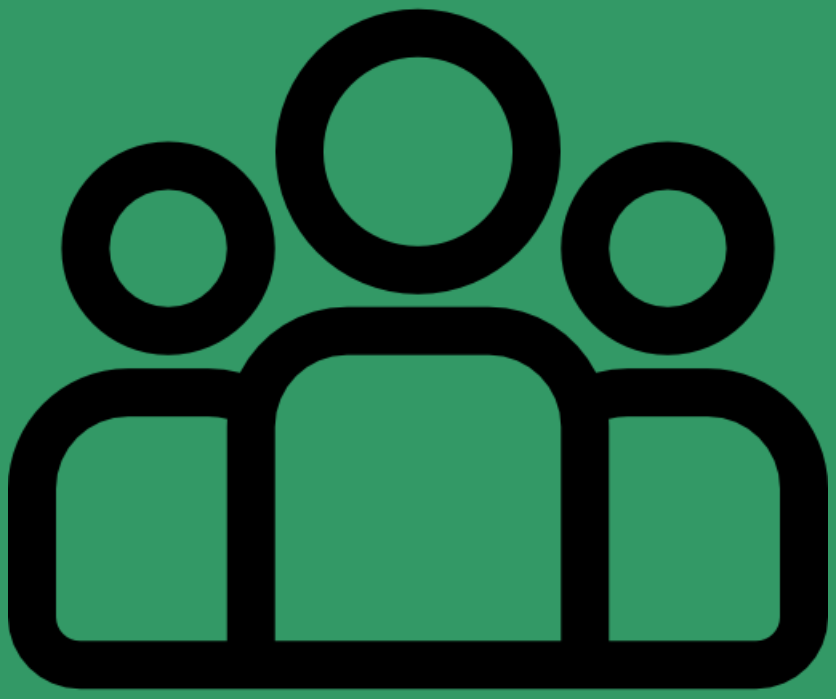
Notities

Een mooi advies. de volgende keer als je een concept mag **tegenlezen** geef je gelijk aan dat je erop vertrouwt dat het goed is opgesteld. De kans is groot dat degene die het aan je heeft voorgelegd het dan zelf nog een keer gaat tegenlezen en de kwaliteit zal verbeteren. Hoe meer jij corrigeert, hoe minder de kwaliteit zal zijn van het concept dat aan je wordt voorgelegd. Het was een wijze les ooit van een directeur toen ik mijn eerste stappen zette als manager van een team. Het heeft zijn waarde in de praktijk bewezen. Hoe meer controle, hoe slechter wat er opgeleverd wordt. Houd het eenvoudig, stop met controleren.

7

Organisatie

1. Chief Simplicity Officer
2. Besluitvorming
3. Romeo Delta
4. Vergaderen
5. Steve Jobs' vergaderregels
6. Verstappen
7. Tijdelijk
8. RACI
9. Brandjesblussers
10. Lineaire werkdag loslaten



Chief Simplicity Officer

Image thanks to Flaticon.com

7.01

Notities

Organisaties draaien het best wanneer alles, van operatie tot marketing en klantervaring, eenvoudig en soepel verloopt. Helaas is dat vaak niet het geval. Iedereen die in een grote organisatie werkt (en ongetwijfeld ook in veel kleine) weet dat het maar al te gemakkelijk is om te verzanden in omslachtige processen, bureaucratie en focus op onproductieve details. Volgens Victor Lipman is het tijd voor een nieuw bestuurslid in de board: De **Chief Simplicity Officer**. Verantwoordelijk voor het vereenvoudigen van complexiteit in al zijn vormen.

Victor Lipman - Why Business Needs A Chief Simplicity Officer (Forbes.com)

Besluitvorming

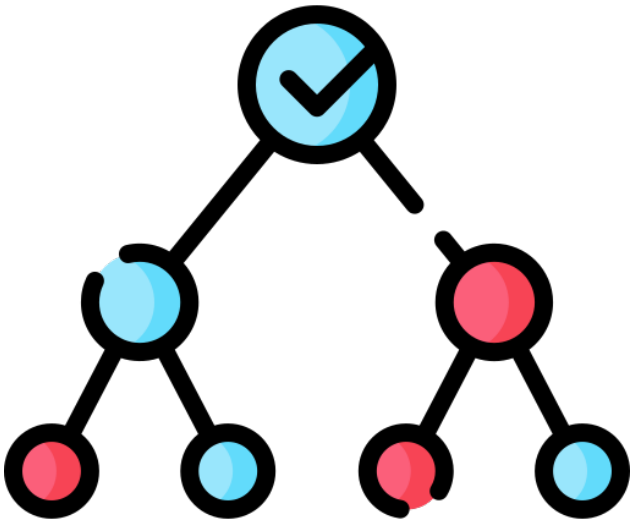


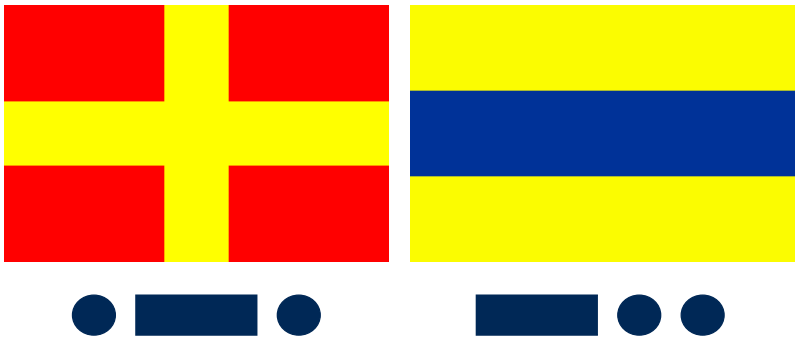
Image thanks to Flaticon.com

7.02

Notities

Een van de grootste veroorzakers van tijdverlies en verspilling in de meeste organisaties is besluiteloosheid. Probeer besluitvorming via vergaderingen te vermijden. Zorg ervoor dat op de plek en op het moment dat er een knoop moet worden doorgehakt, een besluit moet worden genomen, er één persoon is die bevoegd is om te beslissen. **Geef de bevoegdheid** en de informatie die nodig is, aan die ene persoon dicht op het proces. Laag in de organisatie. Voorkom besluiteloosheid en wachten op anderen.

Romeo Delta



7.03

Notities

Romeo Delta. Weet je waar dat voor staat? Een echte marine man kan het je vertellen. Het is het gepaste antwoord van een leidinggevende voor als iemand langs komt om iets gedaan te krijgen. ‘Regel Dat’. Ga aan de slag. Waarom heb je zelf het initiatief nog niet genomen en kom je vragen op toestemming. Het goede antwoord als mensen (te) afwachtend zijn: Romeo Delta!

Met dank aan Bob van Graft

‘Meetings are by definition a concession to a deficient organization. For one either meets or one works. One cannot do both at the same time.’
— Peter Drucker

7.04

Notities

Dat is nog eens een stelling van Peter Drucker. **Vergaderingen** zijn per definitie een concessie aan een gebrekkige organisatie. Denk daar maar eens over na als je je volgende vergadering instapt. Hoe zou je hetzelfde kunnen bereiken zonder deze vergadering? Je zult jezelf en de andere deelnemers een plezier doen. Met uitzondering van de vergadertijgers, maar die zou je sowieso niet in dat overleg moeten willen hebben …

Steve Jobs' vergaderregels

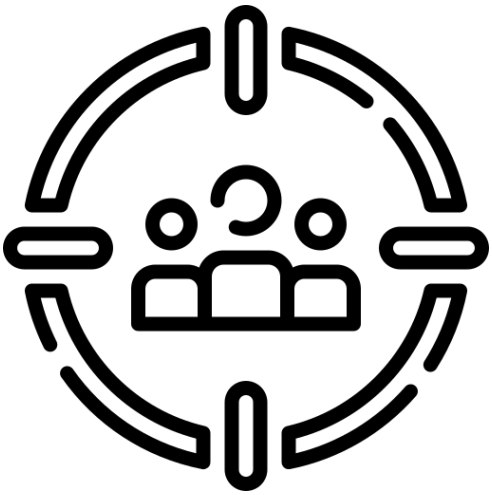


Image thanks to Flaticon.com

7.05

We lijden tegenwoordig chronisch onder te veel vergaderingen. Steve Jobs had hiervoor een goede en eenvoudige oplossing. Jeff Steen beschrijft de **vergaderregels die Jobs hanteerde**:

1. Houd de lijst met genodigden klein -- idealiter, drie tot vijf mensen. Hoe meer mensen je in een vergadering hebt, hoe minder productief het is.
2. Houd de agenda kort -- niet meer dan drie punten. Het doel is focus. Met meer dan drie agendapunten is de kans groot dat je verdwaalt in ongerelateerde onderwerpen en zijpaden.
3. Beperk de duur tot niet meer dan 30 minuten. Je denkt misschien dat de inhoud van een vergadering meer tijd vraagt, maar de praktijk leert dat dit meestal leidt tot tijdverspilling.

Notities

Verstappen

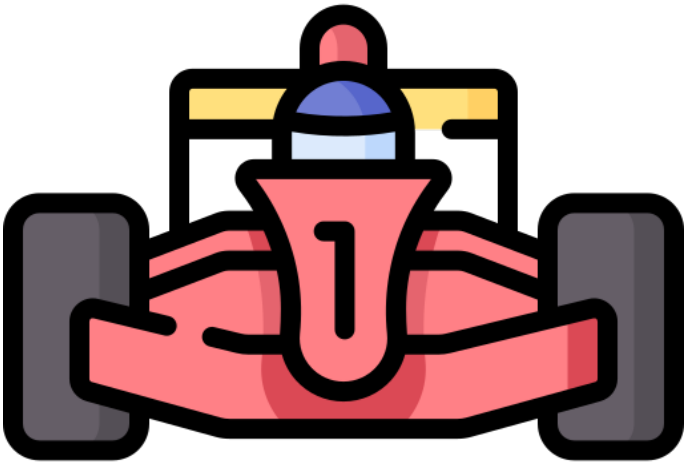


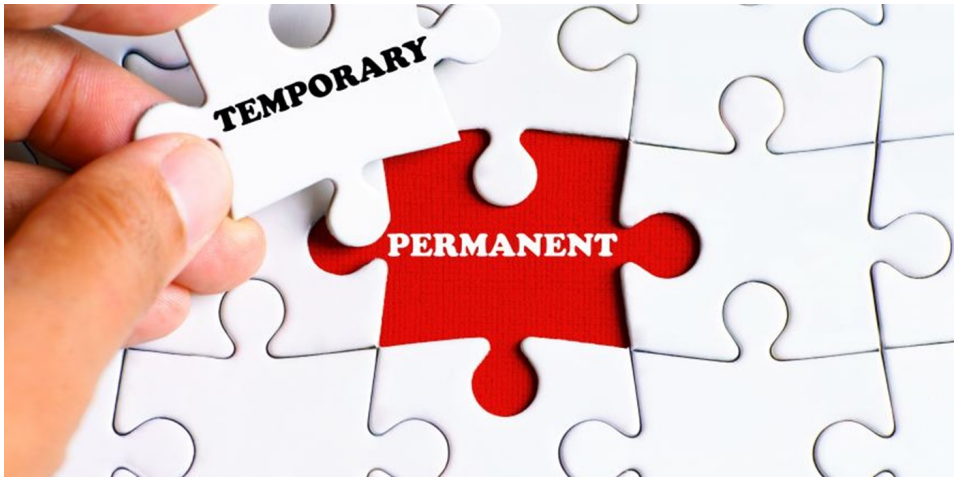
Image thanks to Flaticon.com

7.06

Notities

Max Verstappen hoeft niet te weten hoe er een band verwisseld moet worden op zijn auto, dat doet zijn team (heel snel) voor hem. Hij kan zich concentreren op de race. In de economische theorie is het concept van **arbeidsverdeling** en specialisatie al in 1776 beschreven door Adam Smith met zijn beroemde voorbeeld van de speldenfabriek. Toch blijft het goed om hier oog voor te houden: laten we professionals niet te veel taken doen die beter door anderen gedaan kunnen worden. Een mooi voorbeeld: Er is een consultancy firm die ‘s nachts de ruwe versie van een presentatie in India laat opmaken. Erg efficiënt qua tijd en kosten!

Tijdelijk



7.07

Notities

Een wonderlijk fenomeen. Als je **tijdelijk werk** in een permanente organisatievorm organiseert, gaat het zichzelf in stand houden. Denk aan data kwaliteitsmedewerkers. Denk aan architecten. Als je daar een formele afdeling van maakt, dan blijven ze werk vinden. Dan houdt het zichzelf in stand. Organiseer tijdelijk werk daarom niet permanent. Organiseer tijdelijk werk tijdelijk in de vorm van projecten.

RACI

	Role 1	Role 2	Role 3	Role 4
Task 1	R	C	I	A
Task 2	I	I	R	A
Task 3	C	R	A	R
Task 4	A	R	I	
Task 5	R	A	C	I
Task 6	C	C	A + R	I

1 A
1 R

7.08

Notities

Je kent ze wel: De **RACI** tabellen met meerdere A-tjes en meerdere R-en per regel. En je weet dat dit fout gaat. Als er meerdere personen verantwoordelijk zijn, dan is uiteindelijk niemand verantwoordelijk. Bekend als het Ringelmann-effect. ‘Dat zou die ander toch doen?’ Dus een goed principe is dat RACI tabellen per regel altijd maar één A en één R hebben. Dan is het voor iedereen duidelijk. Om dit te bereiken is een eenvoudige oplossing beschikbaar: splits de activiteit met meerdere A’s en R’en uit. Eén niveau concreter. Daarmee is de RACI tabel een stuk duidelijker ;-)

Brandjesblussers

Image thanks to Flaticon.com

7.09

Notities

Het wordt wel minder, maar het komt nog steeds voor, de IT organisatie waar de **brandweermannen** op een voetstuk staan. De mannen die storingen verhelpen. Die doorhalen als er problemen zijn met de systemen. Maar gelukkig is er tegenwoordig veel meer waardering voor medewerkers die problemen voorkomen. Die de zaak op orde hebben. Soms is er een uitslaande brand nodig om daar weer aandacht voor te krijgen bij het bestuur. Liefst bij een andere organisatie. Een grote storing of een cyberaanval die de boel lam legt. Dan is de waardering voor die stille krachten er weer plots weer. Voorkomen is beter dan blussen.

Lineaire werkdag loslaten

Image thanks to Flaticon.com

7.10

‘Wij hebben het hele idee van een **lineaire werkdag losgelaten**: als jij je taken weet te vervullen, dan is het prima als je overdag met je kinderen wilt lunchen of gaat hardlopen. Het gaat om het resultaat.’ Was getekend Roos Takken van Gitlab, een bedrijf dat geen kantoor meer heeft. Dat resultaat is overigens vaak gebaat bij thuiswerken. De productiviteit is hoger doordat er minder afleiding is, geen collega’s die even komen buurten, geen lawaai van de kantoortuin en je eigen (lekkere) koffie. ‘De pandemie heeft eindelijk het einde ingeluid van ‘presenteeism’, de achterhaalde norm van tussen 9 en 5 op kantoor zijn’ volgens Julia Hobsbawm van de Britse denktank Demos. Heeft de pandemie dan toch nog wat goeds gebracht?

Notities

Roos Takken in een artikel in de Volkskrant van 7 augustus 2021

8

Communicatie

1. Communicatie
2. Grenzeloos
3. Asynchroon
4. Eenvoudige taal
5. Schrijf zoals je spreekt
6. Schrappen
7. Visualiseer
8. Presentatietechniek
9. 10 seconden
10. Taal bepaalt

Communicatie

Image thanks to Flaticon.com

8.01

Notities

Welke route moet informatie afleggen in jullie organisatie? Door hoeveel handen moet het gaan voordat het de persoon bereikt die het echt nodig heeft? **Eenvoudige communicatie** is de sleutel tot eenvoudige en snelle beslissingen. Hoe meer mensen erbij betrokken zijn, hoe meer meningen en opvattingen moeten worden besproken en hoe ingewikkelder het wordt. Houd de communicatie eenvoudig. Als meerdere mensen de informatie nodig hebben, geef het dan tegelijkertijd aan hen. Geef het niet door van de een naar de ander. Elimineer overbodige communicatie en minimaliseer het aantal doorgeefluiken. Houd het simpel!

Grenzeloos

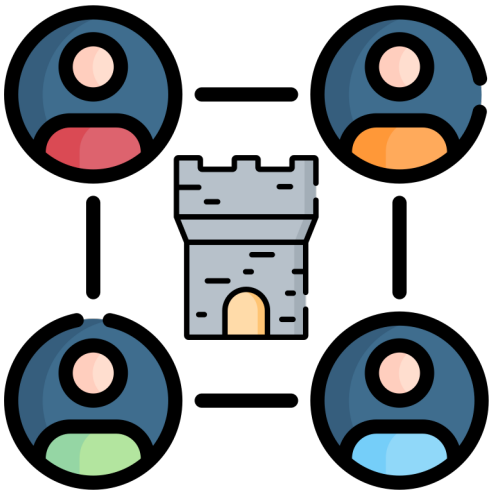


Image thanks to Flaticon.com

8.02

Notities

De wereld stond even stil als gevolg van een pandemie. Het was echter voor organisaties niet alleen maar ellende. De stap naar het hybride werken werd gemaakt. Maar een executive vertelde nog een ander positief effect van het thuiswerken: de beleving in de organisatie dat alles maar bepaald werd op het hoofdkantoor was volledig verdwenen. **Niet meer die ivoren toren die alles bepaalt.** Een gevolg van het digitaal samenwerken, was dat het ook echt samen werken is geworden. Teams worden samengesteld uit verschillende delen van de organisatie en vanuit alle vestigingen/landen die ze hebben. De afstand tussen de medewerkers is als gevolg van het thuiswerken kleiner in plaats van groter geworden.

Met dank aan Julien Cayet

Asynchrone communicatie

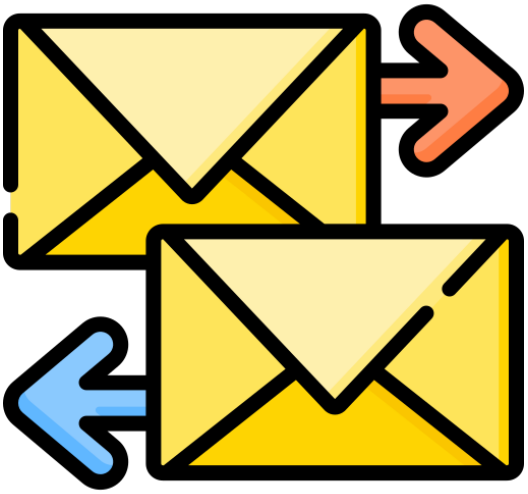


Image thanks to Flaticon.com

8.03

Notities

Nu thuiswerken een vaste plaats heeft gekregen, zien veel organisatie de voordelen hiervan in. De productiviteit is eerder gestegen dan afgenomen. In Forbes pleit Molood Ceccarelli voor een 'Remote-First Approach'. Daarbij vraagt ze ook aandacht voor de manier van communiceren. We hebben de neiging om heel veel communicatie synchroon te doen. Ook online wordt er nog heel veel vergaderd. Sterker: het aantal overleggen lijkt eerder toe- dan afgenomen. Maar vaak is **asynchrone communicatie veel effectiever**. Iedereen kan de tijd dan zelf indelen en in de 'flow' blijven. Iets meer asynchroon communiceren graag!

Molood Ceccarelli op Forbes.com

Eenvoud in taal

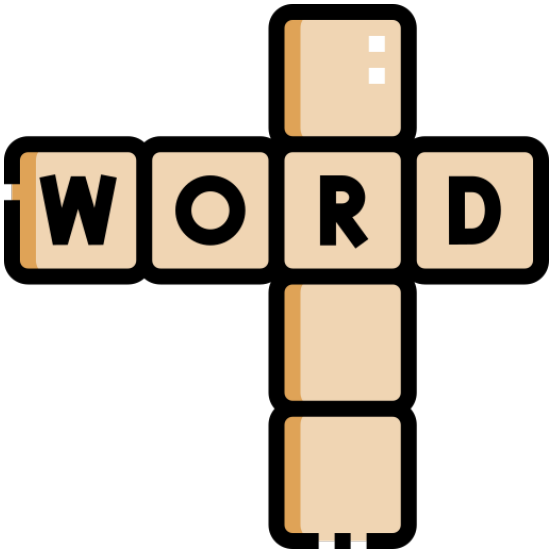


Image thanks to Flaticon.com

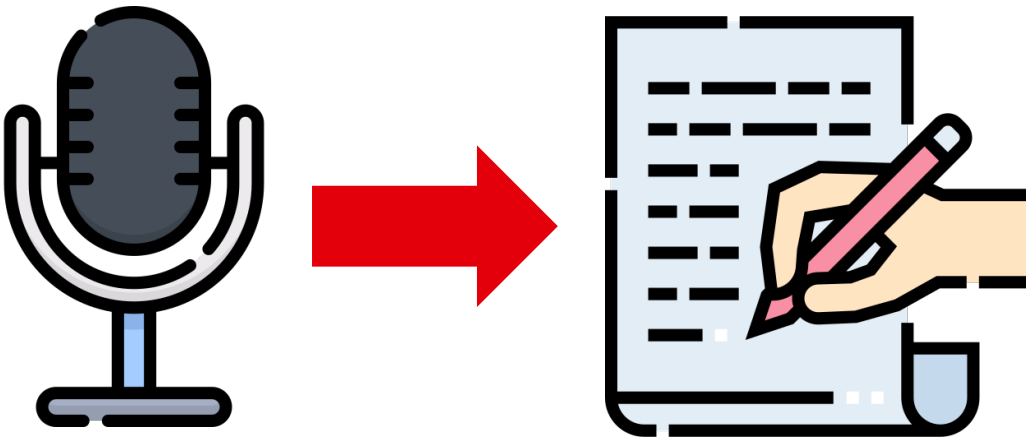
8.04

Notities

Gebruik eenvoudige zinnen. Gebruik eenvoudige woorden. **Schrijven is pas intelligent als het kort en duidelijk is**. Eenvoudig schrijven is een vorm van wijsheid. Denk aan hoe (eenvoudig) Apple zijn producten noemt.

Ken Segall– Insanely Simple: The Obsession that Drives Apple's Success

Schrijf zoals je spreekt



Images thanks to Flaticon.com

8.05

Notities

Schrijf zoals je spreekt. Vaak zie ik dat als mensen iets moeten schrijven ze andere taal gaan gebruiken. Het wordt formeler, het wordt moeilijker. En een worsteling die ze dan hebben om het op papier te krijgen! Is helemaal niet nodig. Schrijf zoals je spreekt. ‘Praat tegen iemand aan’. Of gebruik de opname functie van je telefoon. En zet dat dan op papier. Dat werkt het best!

Schrijven = schrappen

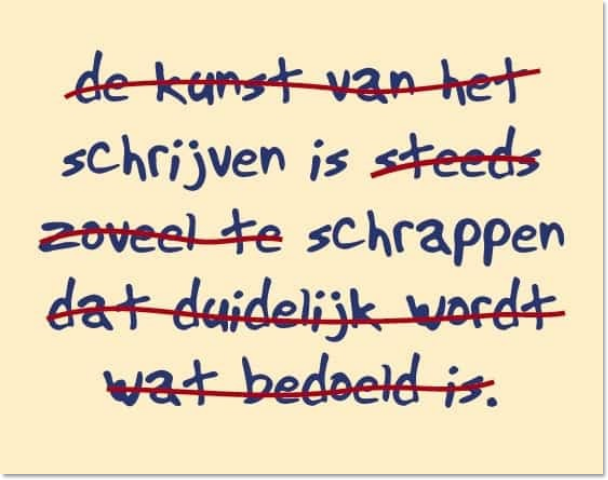


Image thanks to creatiefschrijven.net

8.06

Notities

Als je samen aan een tekst werkt, herken je dit vast: vroeg of laat krijg je discussie over een bepaald woord dat gebruikt wordt of een deel van de tekst die is gebruikt. De oplossing is in veel gevallen heel eenvoudig: verwijder het woord of de tekst waar discussie over is. Je zult verbaasd zijn over hoe dikwijls dit de beste oplossing blijkt te zijn. Het lijkt een beetje op de 'Elsschotproef'. De Vlaamse schrijver Willem Elsschot introduceerde een oefening waarbij zo veel mogelijk woorden uit een tekst worden geschrapt zonder dat de essentie van de inhoud verloren gaat. Dat verhoogt de leesbaarheid. **Schrijven=schrappen**.

Visualiseer

Image thanks to Flaticon.com

8.07

Notities

Storytelling is hot. Vertel het verhaal als leider, schets een mooi toekomstbeeld. Maar wat veel belangrijker is: **spreek beeldend**, laat mensen het voor zich zien. Als ze het zien, gaat het leven. Van droge tekst naar beelden. Probeer het maar eens. Hoe beeldender hoe pakkender. Moeilijk is het niet, als je durft …

Presentatietechniek

Image thanks to Flaticon.com

8.08

Je publiek let niet op elke slide van je presentatie. Je mag blij zijn, als je publiek wegloopt met één, twee of misschien drie kernboodschappen die ze hebben onthouden. Sinds Steve Jobs heeft Apple dezelfde presentatietechnieken gebruikt om nieuwe producten te introduceren. Eén techniek is makkelijk over te nemen. Als je wilt dat het publiek iets onthoudt, zorg er dan voor dat ze het **horen, zien en lezen**. De woorden die je spreekt moeten exact overeenkomen met de woorden op de slide. Een voorbeeld, de MacBook Air is 's werelds best verkochte laptop. Hoe ik dat weet? Een slide vertelde het mij. De slide toonde een foto van de MacBook Air samen met deze woorden: "Meest verkochte laptop ter wereld". Simpel. Probeer het maar eens in je volgende presentatie.

Notities

Carmen Gallo - Apple Execs Use a Simple Presentation Hack to Amplify Key Messages (inc.com)

De 10 seconden regel

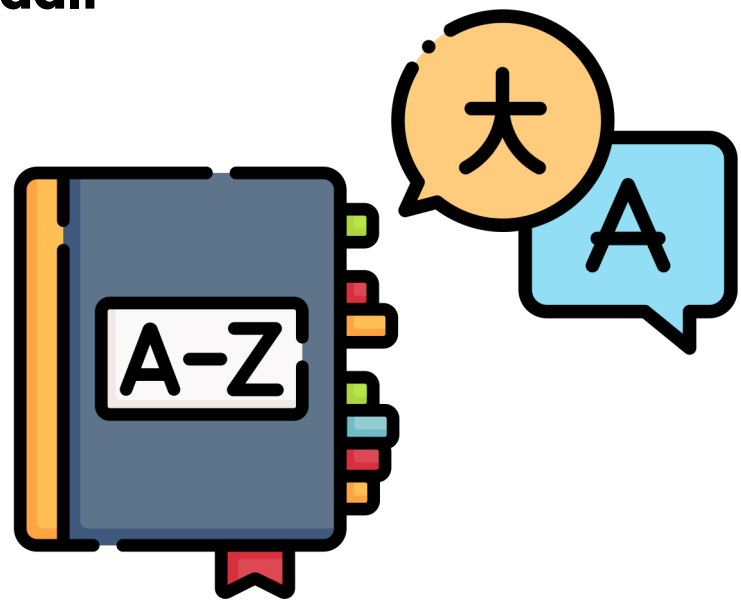
Image thanks to Flaticon.com

8.09

Notities

Communiceren is een van de belangrijkste taken van een leider en manager. Het probleem is echter dat communicatie niet zo makkelijk is als het lijkt. Een misverstand is zo ontstaan en de emoties lopen hoog op. De **10-seconden regel** kan daarbij helpen. Het is eigenlijk heel simpel: In elk gesprek waarin de emoties oplopen, wacht dan 10 seconden voordat je reageert. Stop gewoon even. Reageer niet onmiddellijk. Wacht in plaats daarvan even en geef jezelf, en de ander, een moment om even goed na te denken over je reactie, in plaats van mee te gaan in de emoties. Je zult verbaasd zijn hoe goed het werkt. Het doorbreekt de negatieve spiraal.

Taal bepaalt



Images thanks to Flaticon.com

8.10

Notities

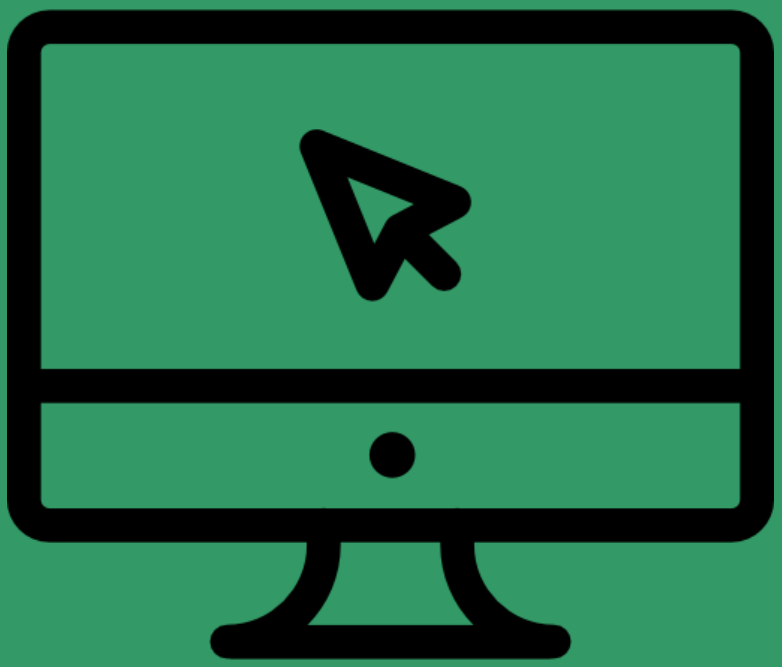
Wat is de taal die wordt gebruikt in jullie organisatie? Welke woorden hoor je veel in gesprekken of lees je in de documenten? **Elke organisatie heeft zijn eigen vocabulaire**. Het kleurt de organisatie. Je hebt organisaties die heel competitief zijn ingesteld. Daar gaat het over het ‘verslaan’ van de concurrent of het verslaan van de markt. Of organisaties waar het gaat over heelheid, die zelfs ‘holistisch’ vergaderen. Wat zijn de woorden die in jullie organisatie veel gebruikt worden? Welk woordenboek typeert de cultuur in jullie organisatie?

Met dank aan Paul Hermans

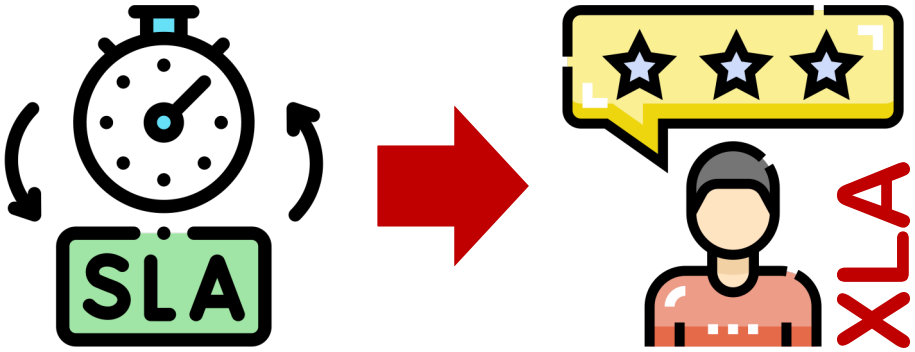
9

Klantinteractie

1. Van SLA naar XLA
2. The Effortless Experience
3. Moment of truth
4. Real time is too late
5. UX Design
6. Maintain Clarity
7. Beperk opties
8. Simplify Customer Experience
9. Klanttevredenheid
10. Ikea als voorbeeld



Van SLA naar XLA



Images thanks to Flaticon.com

9.01

Notities

XLA is de afkorting van eXperience Level Agreement en is een verbetering van de traditionele SLA. XLA's meten iets veel belangrijkers dan SLA's: de ervaring van de gebruikers. In hoeverre maak je hun het werken makkelijker en plezieriger. SLA's gaan over de vraag in hoeverre bepaalde prestatiecriteria zijn gehaald; de tijd per opgelost ticket, het percentage beschikbaarheid van een systeem, maar het toont niet hoe de eindgebruikers over een dienst denken. Dit geldt ook voor projecten. Succes is daar niet het leveren binnen tijd en budget, maar het gaat om ervaring van de gebruiker en de organisatie. XLA boven SLA!

The Effortless Experience

Images thanks to Flaticon.com

9.02

Op zoek naar loyale klanten? Dan heb je maar één belangrijke taak: minimaliseer de inspanning van de klant bij elk contact dat hij/zij heeft met jouw organisatie. Blijf zoeken naar mogelijkheden om de tijd en energie die een klant moet besteden om te krijgen wat hij wil van je organisatie, te verminderen. De **Effortless Experience** noemen Dixon, Toman en DeLisi het in hun boek. In het boek lijkt het alleen te gaan over de interactie met een call center, maar als je het goed wilt doen, dan is het zaak om te kijken naar elk aspect van de customer journey(s), elk touchpoint dat een klant heeft met jouw organisatie. Of het nu face2face, aan de telefoon of online is. Maak het ze gemakkelijk. En niet alleen als ze iets bij je willen kopen, maar ook als ze de service willen stoppen. Loyaliteit is iets voor de lange termijn.

Notities

MOMENT OF TRUTH

Image thanks to Flaticon.com

9.03

Notities

Moment of Truth. Het moment dat de klant bij je is. Dan moet het gebeuren, dan moet alles kloppen. Dan moet alle informatie er zijn, dan moet de deal gesloten kunnen worden. Online, aan de telefoon, aan de balie. Hebben de mensen in jouw organisatie alle informatie om op het moment dat het er toe doet de klant te kunnen helpen, de deal te kunnen sluiten?

Real time

=

Too Late

Image thanks to thefinanser.com

9.04

Notities

Mooi concept uit de marketing in tijden van internet. **Real time is te laat**. Als je reageert, ben je te laat in marketing. Een makkelijk voorbeeld: mensen die een hypotheek willen afsluiten, zijn al een tijd op zoek naar een huis. Of kijk wat Apple doet: je weet hoe lang een telefoon meegaat, benader ze proactief met een aanbieding voor een nieuw toestel. Denk eens na welke data je allemaal hebt van je (potentiële) klanten en hoe je ze daarmee proactief beter van dienst kan zijn. Proactieve dienstverlening!

UX Design

Image thanks to Flaticon.com

9.05

Notities

Ontwerpen voor eenvoud is niet eenvoudig. Het is je taak als **User Interface-ontwerper** om in de complexiteit van alles te duiken, van gebruikersdoelen tot systeembeperkingen, om tot een mooi en gebruiksvriendelijk ontwerp te komen. Een ontwerp waarmee gebruikers moeiteloos kunnen werken en hun resultaten kunnen bereiken. Voor eenvoud in het ontwerp zorg je door:

1. Duidelijkheid: Begrijp en ontwerp voor de belangrijkste doelen van de gebruiker.
2. Automatiseer: Ontwerp voor een minimale hoeveelheid cognitieve inspanning
3. Beperk opties: Minder is beter.
4. Houd het logisch en inzichtelijk.

Maintain Clarity

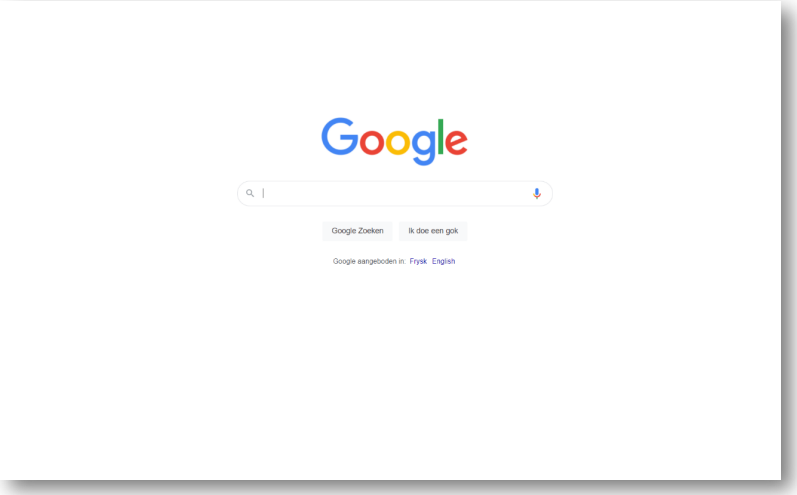


Image thanks to Google.com

9.06

Notities

Of je website nu voor consumenten of voor professionals is bedoeld, de sleutel tot succes is **duidelijkheid/eenvoud** in de gebruikersinterface. Als je ontwerp te veel overbodige informatie bevat, zullen gebruikers het moeilijk vinden om door je site te navigeren. Help de gebruiker snel te laten zien waar het om gaat. En dat binnen de eerste paar seconden. Focus op de kernaspecten en richt daar de aandacht van de gebruiker op. Een voorbeeld? Neem de pagina die we het meest gebruiken op het internet...

Opties

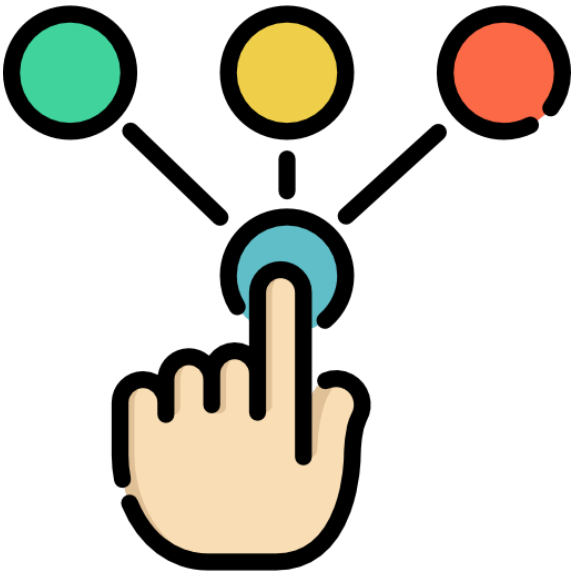


Image thanks to Flaticon.com

9.07

Notities

Een basisregel voor eenvoud is dat het beter is **minder opties** te hebben, dan een eindeloze waaier van mogelijkheden om uit te kiezen. Dat zou geen revolutionair idee moeten zijn - maar toch is het dat op de een of andere manier in de huidige tijd wel. Zowel consumenten als organisaties denken dat (veel) keuze altijd een goede zaak is. Te veel keuze maakt dat mensen overdonderd worden en het niet meer kunnen overzien. Het kan zelfs zo verwarrend zijn dat ze domweg afhaken omdat ze geen keuze kunnen maken. Iets met bomen en bos…

Simplify Customer Experience

Image thanks to Flaticon.com

9.08

Notities

De menselijke aandachtsspanne is ongeveer 12 seconden. Een goed ontwerp vraagt weinig nadenken van de gebruiker. “**Laat me niet nadenken**" is een klassiek ontwerpprincipe. Minder is meer, dus houd het kort. Als je je ontwerp moet uitleggen, is het niet goed. Een van de beste voorbeelden is het sterretje in contactformulieren. Het staat in ons geheugen gegrift dat een sterretje een invoerveld als verplicht markeert. Een ander feit: een gemiddelde bezoeker leest minder dan een derde van de inhoud van een pagina. Het is dus cruciaal om je verhaal kort te houden. Laat belangrijke stukken eruit springen. Mensen hebben geen tijd om lappen tekst te lezen. Maak de klantreis simpel!

Klanttevredenheid

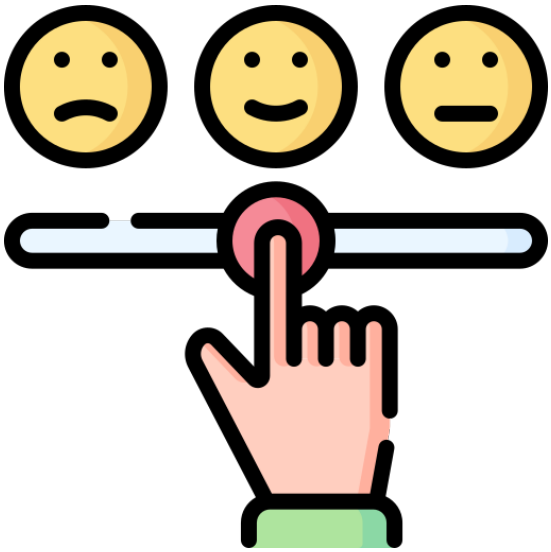


Image thanks to Flaticon.com

9.09

Notities

Het meten van de **klanttevredenheid** is een belangrijk hulpmiddel om te kijken hoe goed je het als organisatie doet richting je klanten. Vaak worden hier ingewikkelde survey voor ‘ingekocht’ en krijgen klanten online vragenlijsten, of nog erger: een telefoontje waar ze helemaal niet op zitten te wachten. Het kan veel eenvoudiger. Laat je medewerker van de helpdesk aan het einde van een contactmoment gewoon vragen of de klant goed is geholpen. Gewoon te beantwoorden met een ja of nee. En het blijkt dat de klanttevredenheid met sprongen omhoog gaat!

De Ikea handleiding als voorbeeld

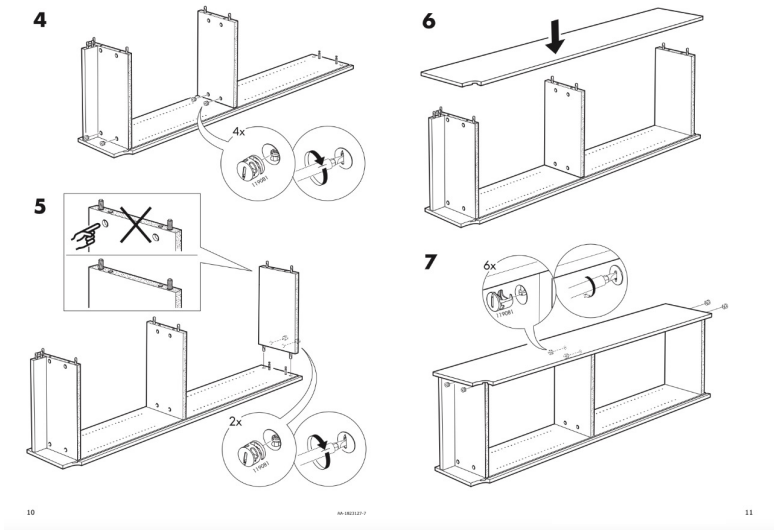


Image thanks to ikea.nl

9.10

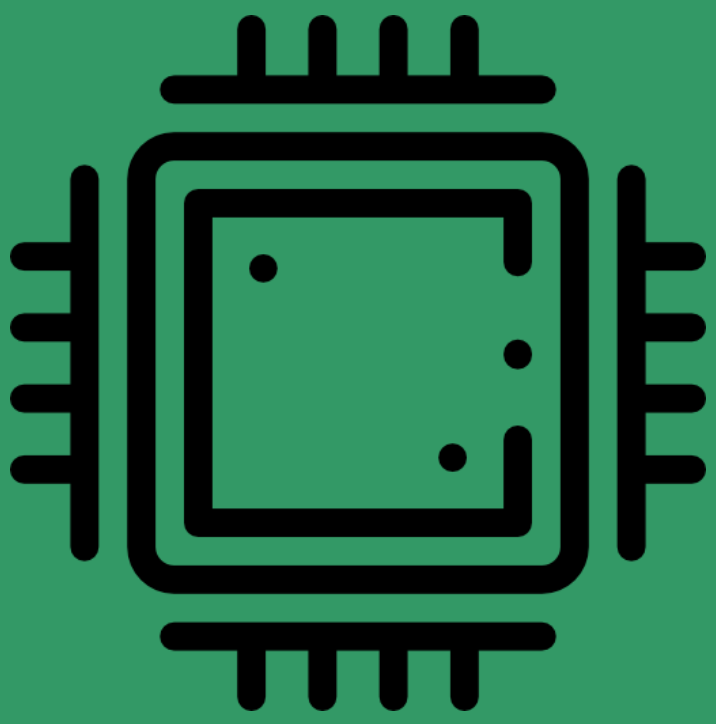
Notities

Wie kent niet het trotse gevoel als je iets van **Ikea** in elkaar gezet hebt. Overigens nadat het tijdens het proces een paar keer niet goed is gegaan en de plank net verkeerd was bevestigd. Maar dan moet je de handleiding ook maar beter lezen. Die handleiding is een voorbeeld voor heel veel bedrijven geworden. Eenvoudige plaatjes, duidelijke stappen en zonder woorden. Zo was er een telecom aanbieder die het aantal calls over de installatie van wifi op de helpdesk enorm wist te reduceren door de Ikea lijn te volgen. Zijn de instructies in jouw organisatie zo eenvoudig dat ‘een kind de was kan doen’? En zelf doen maakt nog trots ook.

10

Systemen

1. Duizend dingen doekje
2. Generiek en specifiek
3. Requirements
4. Testset
5. Voorspellen
6. Datakwaliteit verbeteren
7. Shy Tech
8. Standaardiseren is minder beheren
9. Gebruiken
10. Architectuurprincipe



Duizend dingen doekje

Image thanks to Flaticon.com

10.01

Notities

Heb je ook te maken met collega's die denken dat alles met IT opgelost moet worden? **IT als 'duizend dingen doekje'**, DE oplossing van alle problemen en issues in de organisatie. En vervolgens wordt er geklaagd dat het zo 'dichtgetimmerd is', 'we kunnen niets meer'. Goed om daar de volgende keer eens bij stil te staan als er weer een verzoek gedaan wordt om iets 'dicht te zetten' of 'een extra check in te bouwen'. Is het echt nodig? Of zou het met goede afspraken (en eventueel correctie achteraf) ook geregeld kunnen worden. Geeft wellicht meer tijd en ruimte voor de zaken die echt prioriteit zouden moeten krijgen …

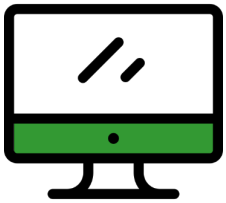
Generiek en specifiek

10.02

Notities

Waarin je onderneming **uniek** is, daarin moet je IT ook **specifiek** zijn. Dat is waar je het verschil maakt in de markt. Maar heel veel in een onderneming is generiek en kan met standaard IT worden ondersteund. Sterker nog: het kan veel beter met standaard oplossingen worden ondersteund. Denk aan de financiële functie, aan HR, aan facilitair, aan IT zelf. Waarin is je bedrijf specifiek? Waarin moet je IT specifiek zijn? Ook hier geldt, net als op zoveel andere plaatsen, de 80/20-regel: 80% van je IT kan standaard (zo standaard mogelijk!).

Requirements



Images thanks to Flaticon.com

10.03

Notities

Hoe kom je aan goede **requirements** voor een nieuw IT systeem als alle kennis over het proces en de werking in het oude systeem zit? De klassieke manier van ‘we vragen het de gebruiker’ werkt niet meer. Daarvoor is van de huidige bedrijfsvoering te veel in systemen ondergebracht. Weet dus de volgende keer dat je EN de gebruikers EN de IT-ers, die het systeem onder beheer hebben, moet spreken.

Testset

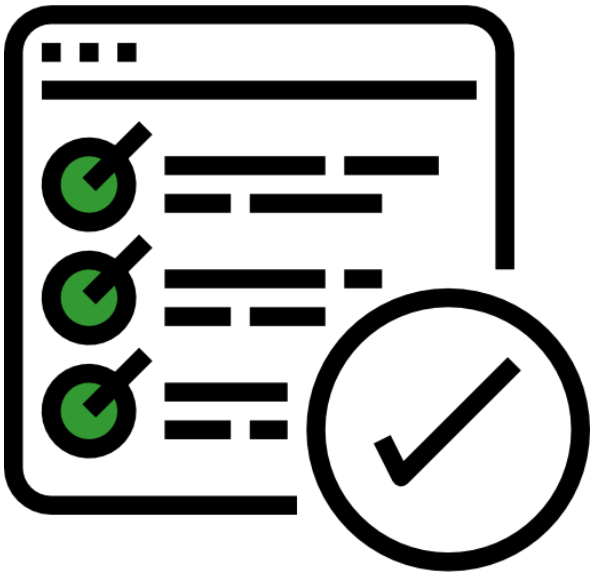


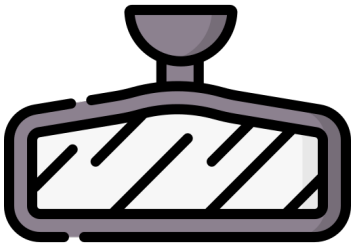
Image thanks to Flaticon.com

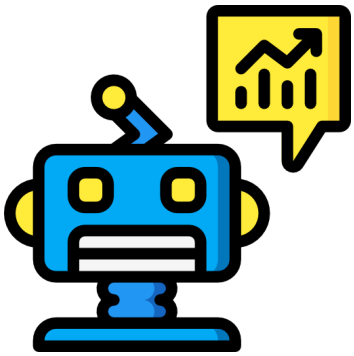
10.04

Notities

Deel je **testset** met je leverancier. Laat deze bij oplevering van een nieuwe versie aantonen dat jouw testset zonder problemen is gebruikt in de finale test voor oplevering. Het levert je een veel beter product en aanzienlijke tijdswinst op. Vaak blijven organisaties op hun eigen testset zitten en bij de oplevering worden vervolgens met behulp van die testset de nodige tekortkomingen geconstateerd in het opgeleverde product. Met alle moeizame interacties tot gevolg en het nodige aan tijdsverlies. Draai het eens een keer om. Het helpt, ook in het partnership.

Voorspellen





Descriptive → **Diagnostic** → **Predictive** → **Prescriptive**

Images thanks to Flaticon.com

10.05

Notities

Hoe ga je met data & analytics ervoor zorgen dat je niet alleen in de achteruitkijkspiegel aan het kijken bent? Met data aan de slag om '**predictive**' en '**prescriptive**' te worden. Dan wordt data pas echt waardevol. Als je een stap terug doet en kijkt wat je aan data hebt en hoe je dat kan inzetten, zal je verbaasd zijn over de mogelijkheden.

Datakwaliteit verbeteren

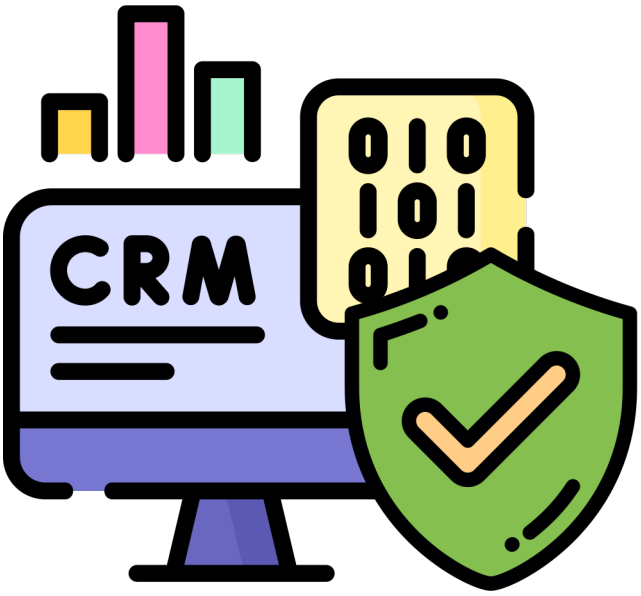


Image thanks to Flaticon.com

10.06

Notities

Ik kom nogal veel lijstjes tegen met aanbevelingen hoe de datakwaliteit te verbeteren. In al die lijstjes met hoe de **datakwaliteit** het beste naar een hoger plan getild kan worden ontbreekt nagenoeg altijd de beste aanpak: hoe kan je ervoor zorgen dat de klant zelf de kwaliteit van de gegevens op orde houdt. LinkedIn is hét voorbeeld van hoe het kan. Visitekaartjes (wie gebruikt ze nog?) waren vaak al verouderd nog voordat je ze had ingevoerd in je CRM systeem. Maar LinkedIn zorgt ervoor dat we altijd de actuele informatie van onze contacten hebben. Hoe kan jouw organisatie gebruik maken van de beste aanpak om datakwaliteit op orde te houden?

Shy Tech

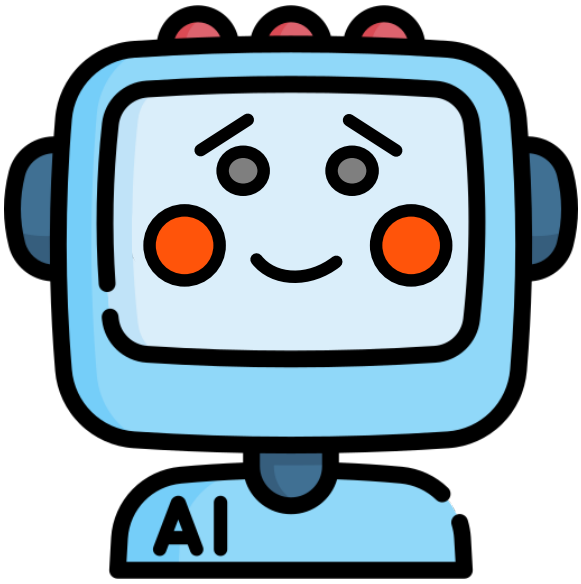


Image thanks to Flaticon.com

10.07

Notities

Shy Tech. Wat een mooie term. Bescheidenheid siert niet alleen de mens meer. Shy Tech wordt door BMW gebruikt om aan te duiden dat de techniek vooral op de achtergrond moet blijven voor de bestuurder. De functies ervan zijn alleen zichtbaar wanneer ze worden gebruikt. Techniek die op de achtergrond zijn werk doet. Eigenlijk zou dit voor alle IT-ers een uitgangspunt moeten zijn. Geen dikke manuals of langdurige training om met het nieuwe systeem te leren omgaan. Of IT plannen die vooral ingaan op de IT zelf en weinig spreken over de business. IT werkt op de achtergrond en maakt het de gebruiker eenvoudig. Shy Tech, iets om continue op het planbord te hebben staan van elk IT team.

Standaardiseren is minder beheren

Image thanks to Flaticon.com

10.08

Veel organisaties hebben nog steeds het beeld dat ze uniek zijn en dat daarom hun IT ondersteuning ook heel specifiek moet worden gemaakt. En bij de start van het gebruik van een nieuw systeem werkt dat ook wel fijn. De gebruikers hebben de aanpassingen gekregen waarom ze vroegen, wat er vaak op neer komt dat ze blijven werken zoals ze altijd al deden, en de acceptatie van het nieuwe systeem verloopt soepel. Alleen dat is winst op de korte termijn. Op de lange termijn wreekt het zich. De aanpassingen zorgen ervoor dat het niet meer standaard is. Bij nieuwe versies van een oplossing van de leverancier gaat de update niet meer zo makkelijk. Testen is complex. Goed om dat ook in overweging te nemen als het gaat om de implementatie van een nieuw systeem. **Standaardiseren is minder beheren**.

Notities

Met dank aan Gijs Zijderveld

Gebruiken **Aanschaffen** **Maken**

10.09

Notities

‘**Use over Buy over Make**’. Een architectuurprincipe dat niet mag ontbreken in de lijst met principes van elke organisatie. Eerst kijken of de vraag kan worden ingevuld met wat er al in huis is. En reken maar dat dit vaak het geval is. Daarna kijken of het in de markt verkrijgbaar is. Veel is beschikbaar, je bent niet uniek met de vraag die je hebt. En pas als deze twee opties niet beschikbaar zijn, dan pas gaan bouwen. Dit principe zal ongetwijfeld al deel uitmaken van jullie architectuurprincipes. Leven jullie het ook na?

Architectuur principe

+1 −2

10.10

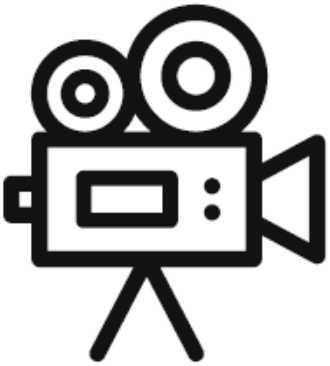
Notities

In IT wordt het landschap met de jaren steeds complexer. Een goed **architectuurprincipe** om te hanteren is de plus één min twee-regel. Eén erbij, twee eruit. In IT hebben we de neiging om steeds maar applicaties en systemen toe te voegen en eigenlijk nooit systemen uit te zetten. Door als principe te hanteren dat bij elk nieuw systeem nagedacht gaat worden welke twee systemen daarmee uit gefaseerd kunnen gaan worden, krijg je een scherpe(re) focus op de architectuur. Architectuur zou tenslotte moeten gaan over het eenvoudiger maken van het landschap!

Jouw Hack

Jouw business hack hier

Heb jij nu ook een sterke business hack? Een hack die je met regelmaat gebruikt in je werk? Een hack die je graag zou willen delen met anderen? Wij zijn erg benieuwd! Stuur een e-mail met je business hack naar roel.de.graaf@dpgm.nl. Wie weet vind je je bijdrage dan terug op de website www.180hacks.nl of in het volgende boek met business hacks. Een korte beschrijving of een paar steekwoorden is voldoende. Wij zorgen ervoor dat deze qua tekst en vormgeving wel goed komt. Laat ook even weten of je het goed vindt dat je naam wordt vermeld bij de business hack. Dank alvast!



A

Meer lezen

180 Business Hacks - NL versie

Elke hack leert je op een aardige en uitdagende manier net even anders naar een bepaald aspect van je werk te kijken.

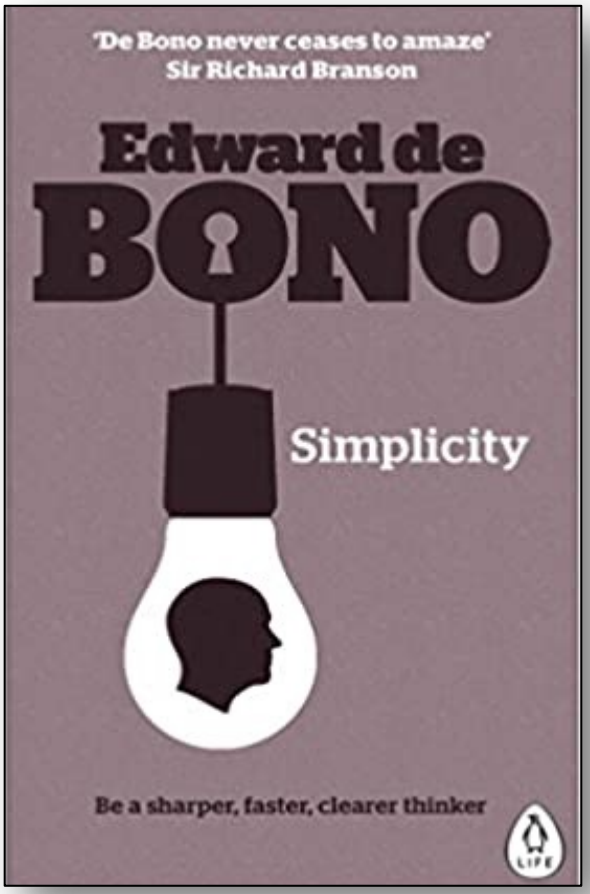
Samensteller Roel de Graaf heeft dagelijks contact met managers en executives en sluit zijn gesprekken vaak af met een business hack: een kort, eenvoudig en praktisch inzicht uit de managementliteratuur en andere bronnen om net even een andere kijk te geven op een specifiek vraagstuk.

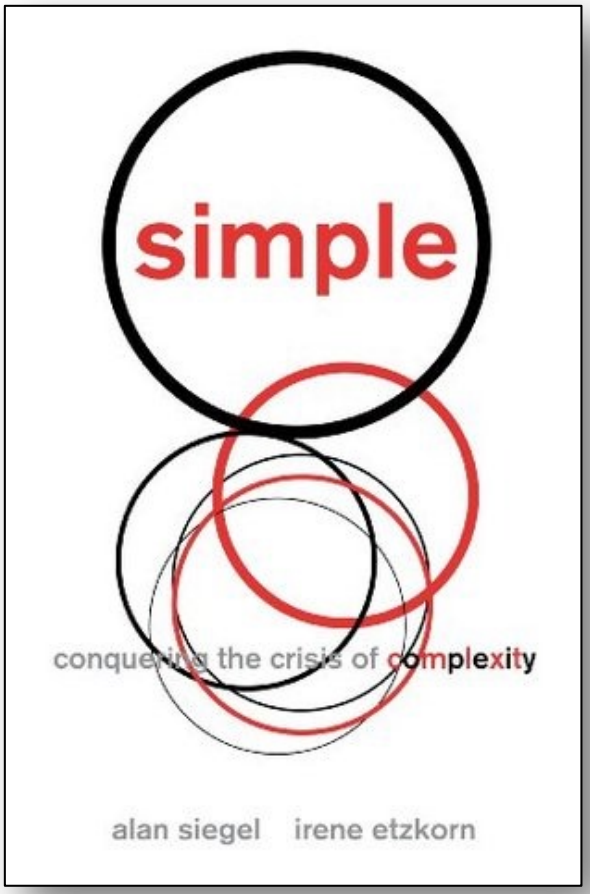
De business hacks zijn in het boek ingedeeld in negen thema's die iedereen zal herkennen in zijn dagelijks werk. Het kan ook verrassend zijn om er gewoon eens doorheen te bladeren of het open te slaan op een willekeurige pagina en te kijken hoe deze hack van toepassing is op het vraagstuk waar je op dat moment mee zit.

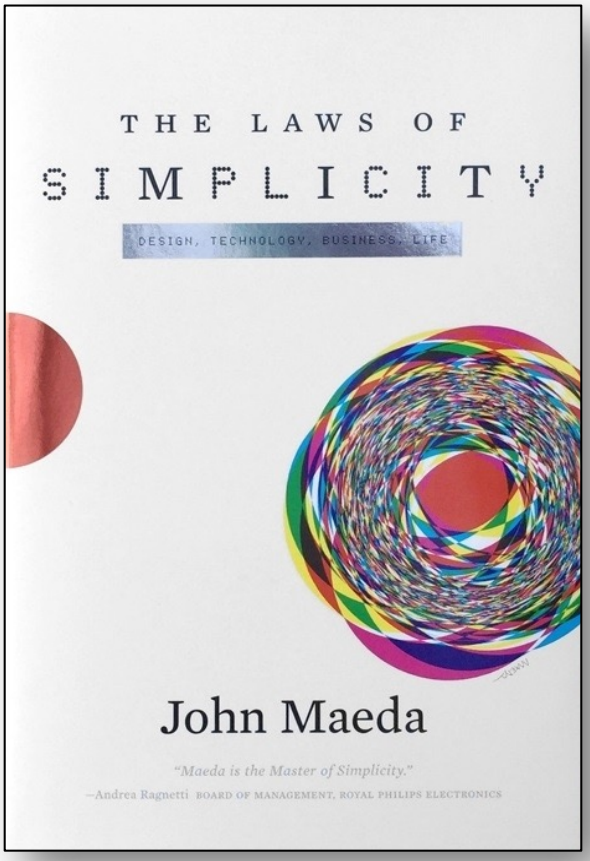
Het ideale boek voor de professional van nu. Om jezelf of iemand anders cadeau te doen!

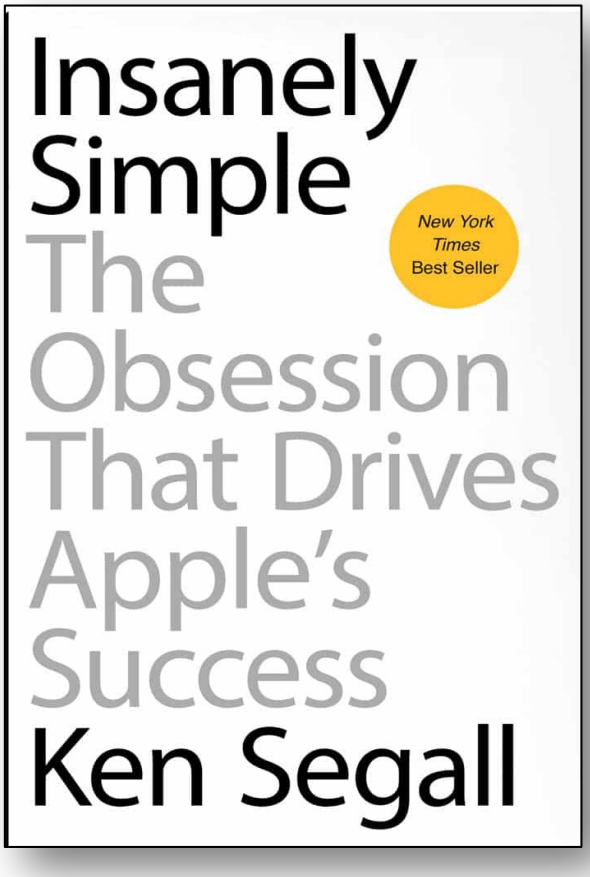
Direct bestellen:

www.180hacks.nl


'De Bono never ceases to amaze'
Sir Richard Branson
Edward de
BONO
Simplicity
Be a sharper, faster, clearer thinker

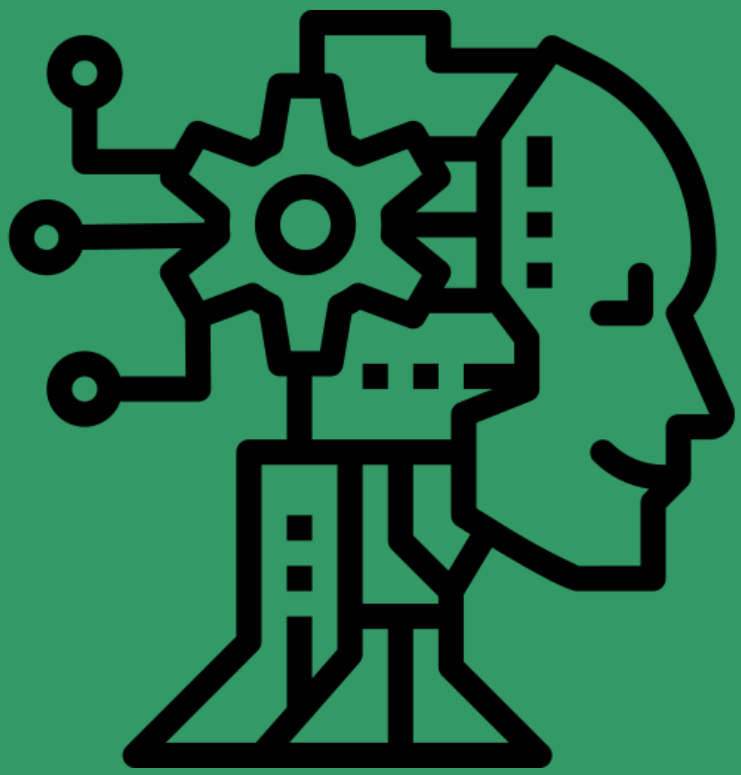

simple
conquering the crisis of complexity
alan siegel
irene etzkorn


THE LAWS OF
SIMPLICITY
DESIGN, TECHNOLOGY, BUSINESS, LIFE
John Maeda
"Maeda is the Master of Simplicity."
—Andrea Ragnetti BOARD OF MANAGEMENT, ROYAL PHILIPS ELECTRONICS


Insanely
Simple
New York
Times
Best Seller
The
Obsession
That Drives
Apple's
Success
Ken Segall

B

ChatGPT



ChatGPT

Inleiding

Het onderwerp vandaag de dag: ChatGPT. De Artificial Intelligent Chatbot die teksten schrijft. Alle journalisten zijn in rep en roer omdat deze Chatbot schokkend goede teksten schrijft. Zelfs in het Nederlands. Ik nam de proef op de som en vroeg ChatGPT naar Eenvoud. Lees en oordeel zelf wat ChatGPT als antwoord gaf op 'Eenvoud', Simplify', 'Stappen voor Eenvoud' en 'Business Hack'.

Eenvoud

Eenvoud is het tegenovergestelde van complexiteit. Als iets eenvoudig is, betekent dit dat het gemakkelijk te begrijpen, te analyseren of te implementeren is. Eenvoud kan op verschillende manieren voorkomen, zoals bijvoorbeeld in de manier waarop iets is opgebouwd, de taal die wordt gebruikt om het uit te leggen of het aantal stappen of elementen dat nodig is om een bepaalde taak uit te voeren. In de computerwetenschappen kan eenvoud helpen om algoritmen en systemen snel en efficiënt te laten werken, omdat ze minder middelen gebruiken en gemakkelijker te onderhouden zijn.

Simplify

Simplify is het verkleinen van de complexiteit van iets, zodat het gemakkelijker te begrijpen of te gebruiken is. Dit kan bijvoorbeeld gebeuren door het weglaten van onnodige details, het verminderen van het aantal stappen of elementen dat nodig is om iets uit te voeren, of het gebruiken van eenvoudigere taal of begrippen. Simplify kan ook helpen om problemen op te lossen of om processen te versnellen, omdat het de focus legt op de essentiële aspecten van het onderwerp en het overbodige weglaat. In de computerwetenschappen kan Simplify bijvoorbeeld worden gebruikt om algoritmen of systemen te verbeteren of om de gebruiksvriendelijkheid van software te verhogen.

Stappen

Er zijn een aantal stappen die je kunt nemen om eenvoud te bereiken:

1. Identificeer de essentiële aspecten: Begin met het identificeren van de belangrijkste elementen van het onderwerp of de taak die je wilt vereenvoudigen. Dit helpt om te bepalen wat echt belangrijk is en wat overbodig is.
2. Verwijder overbodige elementen: Kijk of er elementen zijn die je kunt weglaten zonder dat dit de kern van het onderwerp of de taak aantast. Dit kan helpen om de complexiteit te verminderen.
3. Gebruik eenvoudigere taal: Probeer om ingewikkelde begrippen of technische termen te vervangen door eenvoudigere woorden of zinnen. Dit kan het gemakkelijker maken om het onderwerp of de taak te begrijpen.
4. Maak gebruik van visualisaties: Visualisaties, zoals diagrammen of schematische afbeeldingen, kunnen helpen om complexe informatie beter te begrijpen en te onthouden.
5. Test en verbeter: Probeer het vereenvoudigde onderwerp of de taak uit en vraag anderen om feedback. Zoek naar manieren om het nog eenvoudiger te maken en blijf dit proces herhalen totdat je tevreden bent met het resultaat.

Business Hack

Een business hack is een truc of een creatief idee dat wordt gebruikt om een probleem op te lossen of om een doel te bereiken in een zakelijke setting. Hacks kunnen worden gebruikt om efficiënter te werken, om kosten te besparen of om nieuwe kansen te creëren. Er zijn verschillende soorten business hacks, afhankelijk van het doel dat je wilt bereiken.

In 2021 verscheen bij Boom Uitgeverij het boek 180 Business Hacks. Draai je organigram eens om en begin met de klant. Start met het persbericht voordat je iets gaat ontwikkelen. Geef iemand die het druk heeft juist nog meer werk. In 180 Business Hacks vind je deze en nog 177 verrassende, scherpe en inspirerende manieren om net even anders naar je werk te kijken.

Dit boek is een vervolg op 180 Business Hacks. We hebben het wel complex gemaakt met zijn allen. Hoogste tijd om aandacht te vragen voor eenvoud. Eenvoud in alle aspecten van organisaties. Of het nu gaat om producten en diensten, processen of communicatie, het moet en het kan eenvoudiger. Het Engels taalgebied heeft er een mooi woord voor: Simplify!

In 100 Business Hacks geeft dit E-book je een 'Rules Book' om aan de slag te gaan met het vereenvoudigen van complexiteit. De business hacks zijn ingedeeld in herkenbare thema's zoals: producten, processen, organisatie en systemen. Daarnaast wordt afgetrapt met het belang van eenvoud, de stappen en de principes die gehanteerd kunnen worden.

Roel de Graaf MBA MBI heeft veel ervaring bij organisaties in zowel de publieke als private sector en heeft in de afgelopen dertig jaar senior-managementposities vervuld in de rol van opdrachtgever, opdrachtnemer en adviseur. Hij is daarbij altijd actief op het grensvlak van organisatie, processen en ICT. Daarnaast heeft hij jarenlang het vak Innovatie gedoceerd en was hij lid van de redactieraad van het tijdschrift Informatie. Meer informatie vind je op dpgm.nl of op LinkedIn.com/in/roeldegraaf.

www.180businesshacks.nl
www.180hacks.com

www.dpgm.nl