

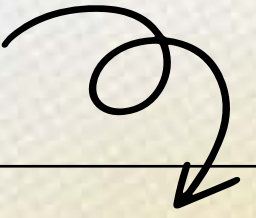


Take **action** drive *change*

Een roadmap
om in actie te komen
& positieve verandering
te doen slagen



OVER ONS



Shaved Monkey - een strategisch en creatief bureau dat organisaties begeleidt bij het creëren van een positieve impact op de wereld, door hen te helpen de toekomst te visualiseren, hun verhaal wervend te vertellen en samen beweging op gang te brengen.

* shavedmonkey.be



Rewired - een bronnenbibliotheek en inspiratieplatform voor creatieve professionals die beter willen begrijpen hoe ondernemerschap en design bijdragen aan positieve verandering, en die toegang willen hebben tot content die aanzet tot actie.

* projectrewired.co

Inhouds- tafel

De start **01**
pagina 5

See the **02**
change
pagina 7

Be the **03**
change
10 strategieën
voor actie *pagina 14*

Aan de
slag **04**
pagina 33

Bronnen-
lijst **05**
pagina 34

Twijfel er nooit aan
dat een kleine groep
van weldenkende,
toegewijde burgers
de wereld kan
veranderen.



Het is nooit
anders gegaan.

— Margaret
Mead

De start

Wat je kan
verwachten
van deze
gids



Leer meer over **verandering** en de achterliggende mechanismen.

Laat je inspireren door de **verhalen** van succesvolle changemakers.

Ontdek 10 **strategieën** om positieve verandering te verwezenlijken.

Krijg de nodige **boost** om te geloven dat jij verandering kan realiseren.

Doe je mee?



Dit is een gids voor *non-conformisten*

Voor degenen die begrijpen dat als we ooit willen evolueren naar een wereld *die werkt voor alle levensvormen*, we **moedig** moeten zijn en verandering vandaag in gang moeten zetten.

Het doel van deze gids is om geesten te prikkelen, zelfvertrouwen te versterken, en tips, bronnen en inspiratie te delen met alle mensen die de ambitie koesteren om van de wereld een betere plek te maken, en besloten hebben om hun veranderingsreis te starten.

Het is het resultaat van boeiende gesprekken, creatieve verkenningstochten en de oprechte wens van de mensen bij Shaved Monkey en Rewired om hun ervaringen te delen en bij te dragen aan een thema dat ons dierbaar is: **positieve verandering** sturen.

We zijn het aan onszelf verplicht om elkaar de ruimte te geven en onszelf aan te moedigen om de sprong te wagen. Zo kunnen we geleidelijk ons volledige potentieel ontketenen als vormgevers van de wereld die we voor ogen hebben.

Het maken van deze gids is een uitnodiging om ons te vergezellen op deze reis naar hoe we collectief en doelbewuster energie kunnen omzetten in actie, denken in doen, en purpose in persoonlijke voldoening en positieve systeemverandering.

See the change

Wat is er nodig voor
verandering?

Hoofdkenmerken van verandering

Verandering wordt gedefinieerd als de overgang van de ene toestand naar de andere. Zoals de Griekse filosoof Heraclitus ons meer dan 2000 jaar geleden leerde, is niets permanent in het leven behalve verandering – en in verandering vinden mensen een doel.

Verandering begint met verbeelding. De mens beschikt over een unieke vaardigheid: we kunnen een nieuwe werkelijkheid creëren in onze gedachten, nog voordat die bestaat in de echte wereld. Die droom wordt een onzichtbare kracht die ons vooruit trekt. En zodra die droom een collectieve overtuiging wordt, beginnen steeds meer mensen ernaar te handelen.

Verandering verloopt niet-lineair. Vaak lijkt het begin van verandering tergend langzaam te verlopen, alsof er niets gebeurt. Tot er plots een kantelpunt is en de beoogde verandering het nieuwe gewoon wordt.

Verandering draait om mensen. Verandering kan niet worden gepusht; mensen zullen zich ertegen verzetten. Hoe meer je aandringt, hoe meer weerstand je zal ondervinden. Creëer in plaats daarvan de ideale omstandigheden voor nieuw gedrag.

Oké, we zijn blij dat je hebt besloten om met ons mee te gaan op deze fascinerende veranderingsreis. In dit hoofdstuk delen we de basisprincipes van verandering die we onderweg hebben opgepikt. Zie het als een manier om 'op dezelfde golflengte te geraken'.

Allereerst, en we zullen dit vaak herhalen, is verandering niet eenvoudig. Waardoor het ook niet eenvoudig is om erover te schrijven. Vooral niet voor systeemdenkers, die de wereld zien als één grote onderling verbonden chaos. Dus vergeef ons als het hier en daar wat rommelig wordt. We hebben echt ons best gedaan om het er eenvoudig uit te laten zien. Beloofd.

Er is nood aan collectieve *moed*.

Laten we beginnen bij het begin van verandering: *Verbeelding*.

Dat verandering zal plaatsvinden, ligt vast. En wij kunnen een rol spelen in het bepalen van welke verandering dat zal zijn. We hebben mensen nodig die een dappere positie innemen en de moed hebben om voor verandering te zorgen die een wereld creëert waar alle vormen van leven veilig zijn, nu en in de toekomst. Zelfs als de kloof tussen het heden en de droom donker, onbekend en schijnbaar onmogelijk te overbruggen lijkt.

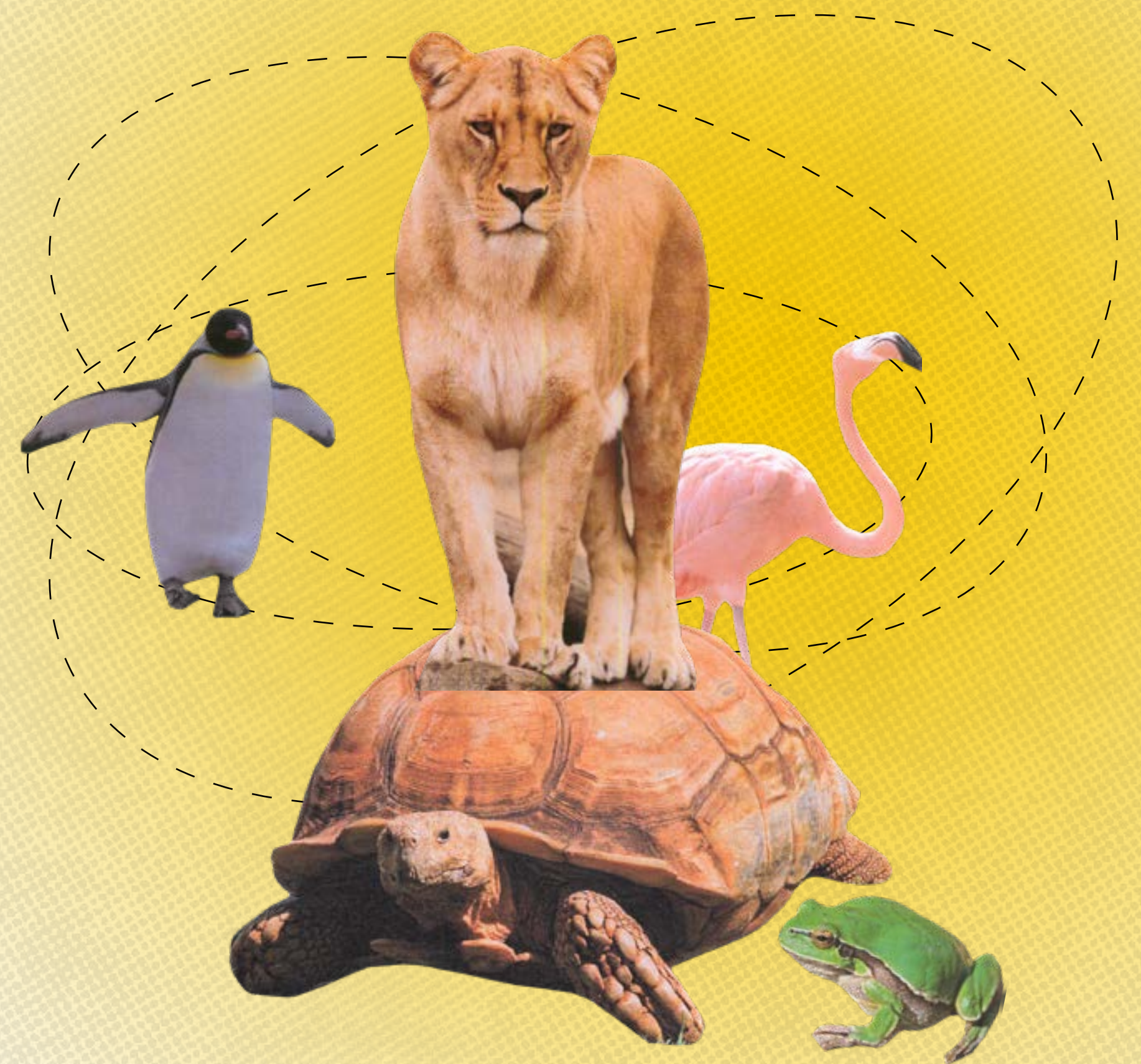


Er is nood aan collectieve *actie*.

Verandering begint vaak pijnlijk traag. We hebben elkaar nodig om er vaart in te krijgen. De rest zal wel volgen.

Verandering is het resultaat van kleine transformaties die op verschillende schalen en snelheden plaatsvinden, wat verandering niet-lineair maakt. Sommige transformaties vormen een doodlopend straatje, terwijl andere het startschot betekenen voor een waterval aan nieuwe gebeurtenissen: de trigger voor echte transformaties. In de meeste gevallen duurt het lang voordat een kantelpunt wordt bereikt. Laten we als voorbeeld de evolutie van de duurzaamheidsbeweging

nemen. Het rapport 'Grenzen aan de groei', geschreven in opdracht van de Club van Rome 50 jaar geleden, wordt beschouwd als hét document dat de duurzaamheidsagenda voor de komende 5 decennia heeft bepaald. Vandaag hebben we eindelijk een punt bereikt (klimaatontkenners buiten beschouwing gelaten) waarop zelfs bedrijven hun koers aanpassen om 's werelds grootste klimaatuitdagingen aan te pakken.



Het tempo van verandering neemt toe



Er is nood aan collectieve *empathie*.

Heb je ooit een gewoonte aangepast omdat iemand je zei dat het moest?

We gokken dat je dit al eens eerder hebt gehoord: “Mensen bang zijn voor verandering! Ze zullen zich ertegen verzetten!”

We zijn er niet op uit deze uitspraak te ontkrachten, maar we willen er graag een draai aan geven. Op zich zijn mensen niet bang voor de verandering zelf, maar blijven ze gewoon liever doen wat ze al deden. Dat is gemakkelijker, want ze weten hoe dat moet.

De truc? Je hebt een kritische massa aan mensen nodig die het nieuwe gedrag stelt dat voor verandering zorgt. Vertel mensen dus NIET – we herhalen ‘NIET’ – wat ze moeten doen. Creëer in plaats daarvan de ideale voedingsbodem waar goede gewoontes kunnen ontstaan. Geef hen een vriendelijk duwtje in de juiste richting waardoor het nieuwe gedrag gemakkelijker wordt dan het oude. Plaats jezelf in hun schoenen en bedenk manieren die de verandering ondersteunen terwijl je hun leven gemakkelijker maakt (of op zijn minst niet moeilijker).



Storytime*

In 2002 werd het Deense Statiegeld- en Retoursysteem opgericht: een ngo met als doel om een nieuw, circulair statiegeldsysteem voor blikjes en flessen op te zetten en te implementeren. Vandaag wordt maar liefst 93% van de flessen en blikjes ingezameld (een wereldrecord!). De truc? Denemarken heeft meer dan 3.000 leeggoedautomaten en inleverpunten, verspreid over het hele land. En heeft de dichtstbijzijnde supermarkt of benzinestation geen leeggoedautomaat? Dan kunnen flessen en blikjes worden overhandigd aan het personeel.



Lees het volledige verhaal *[hier](#)*



Clover Hogan,
TEDxLondonWomen,
What to do when climate change
feels unstoppable

“De klimaatverandering oplossen is niet jouw verantwoordelijkheid — omdat dat buiten je controle ligt. Waar je wel verantwoordelijk voor bent, is datgene wat binnen jouw controle ligt. En dat is het enige waar je ooit controle over hebt gehad, — je mindset.”



Be the change

“*Je hoeft niet* geweldig te zijn om te beginnen, maar *je moet wel* beginnen om geweldig te kunnen zijn.”

- Zig Ziglar



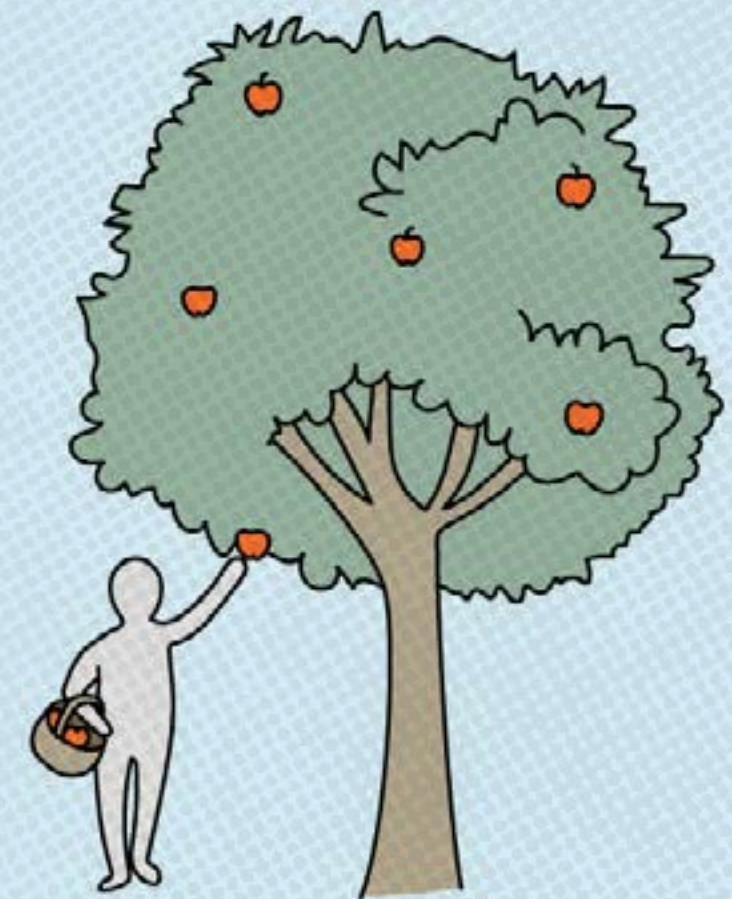
Verandering is lastig.

Als dat niet zo was, hadden we wellicht niet de nood gevoeld om deze gids te schrijven. En dan zouden we ook niet vinden dat er nog zoveel is – binnen bedrijven en de samenleving – dat herdacht en hermaakt kan worden. Maar dat iets lastig is, mag geen excuus zijn om passief te blijven.

Daarom gaat het hele volgende hoofdstuk over hoe je dat positieve vuur aanwakkert, veerkracht opbouwt, en verandering waarmaakt. Ongeacht het soort verandering dat je voor ogen hebt, zijn de pagina's hierna bedoeld om je een praktische en op ervaring gebaseerde routekaart te bieden die je helpt navigeren en hopelijk doet slagen in je reis als changemaker.

Ongeprezen helden bestaan, en dit is wat we van hen hebben geleerd.

WHAT'S THE POINT



LIZ FOSSLIEN

- Verandering is een kwestie van zorg -



10 strategieën voor — *actie*

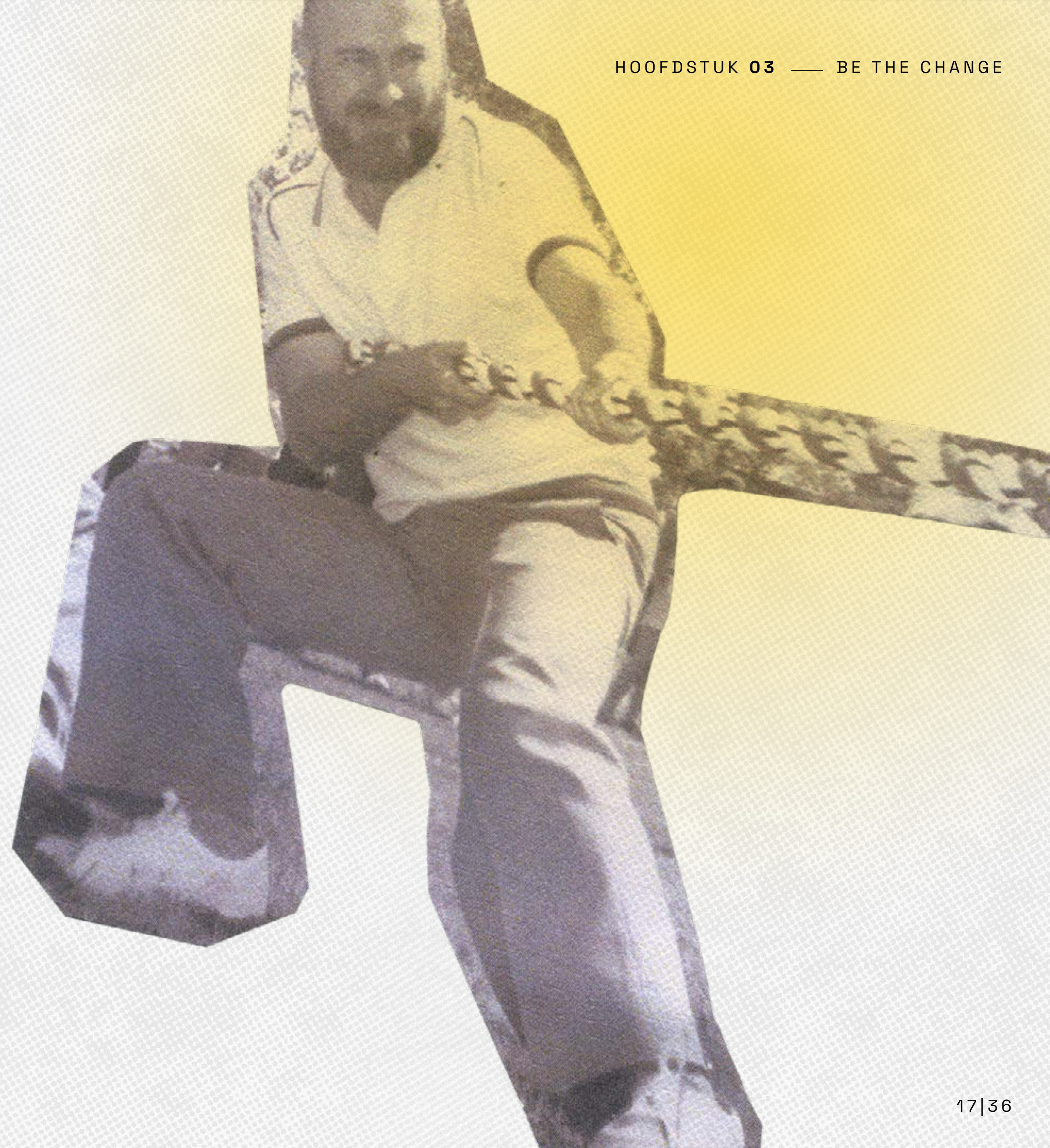


Verslind ons in één keer of degusteer ons in kleine hapjes:
hopelijk kunnen we je inspireren!



10 strategieën voor actie

- 1 Maak het relevant
- 2 Identificeer je rol
- 3 Vind je medestanders
- 4 Begin klein
- 5 Werk samen
- 6 Wees flexibel
- 7 Maak het gemakkelijk
- 8 Vertel je verhaal
- 9 Bouw aan veerkracht
- 10 Vier successen



01 Maak het *relevant*.

Om verandering duurzaam te maken, moet ze weerklank vinden bij het publiek en het systeem dat je wilt veranderen. Je ziet daarom vaak dat succesvolle changemakers niet verliefd worden op hun eerste idee, maar op het probleem dat ze willen oplossen. Ze zijn bereid tijd te investeren in het doorgronden van hun context en het aanpassen van hun oplossing totdat die helemaal geschikt is voor het beoogde doel.

Pas wanneer het helder is welk probleem je wilt oplossen en waar je

dat wilt doen, kan je het tempo van verandering effectief gaan versnellen. Hoe onrustig dit jou – en velen onder ons – ook maakt, de waarheid is dat je nooit bang mag zijn om te vertragen en te observeren hoe de dingen in elkaar zitten. Alleen zo ontdek je de echte hefboomen voor verandering binnen het domein dat je wilt aanpakken.

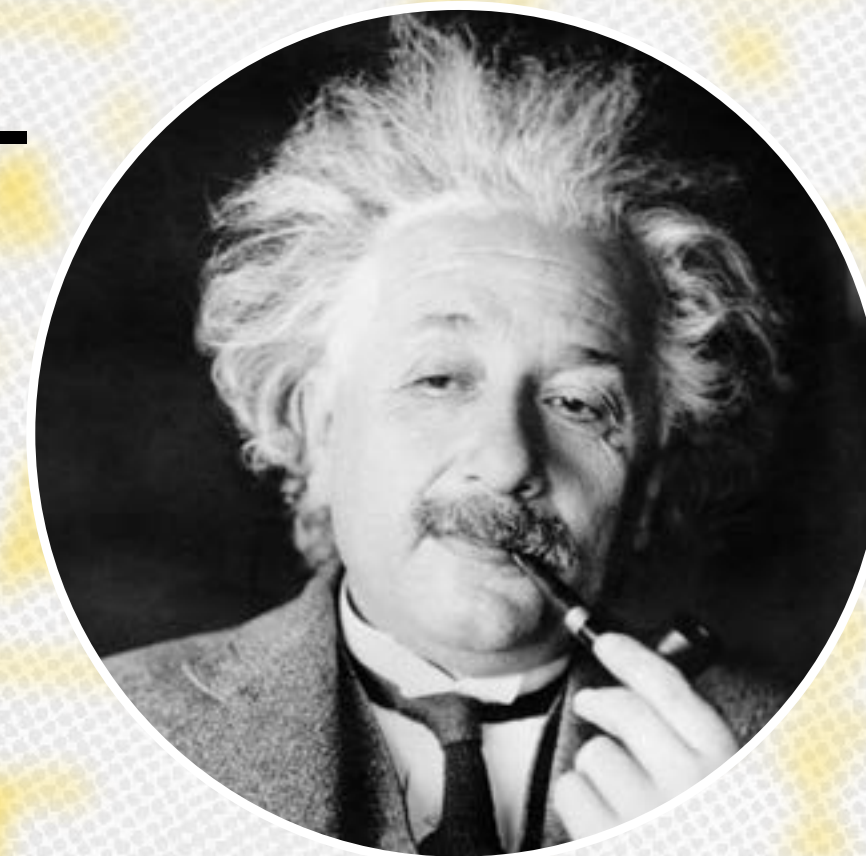
Uiteindelijk is wat telt het oplossen van een probleem. En alleen door de context en dynamiek waarin dit moet gebeuren te ontcijferen, vergroten we onze kans op succes.



- Verandering moet relevant zijn voor alle betrokken partijen -

“Als ik een uur had om een *probleem* op te lossen, zou ik 55 minuten besteden aan het definiëren van het probleem en 5 minuten aan het nadenken over *oplossingen*.”

- Albert Einstein



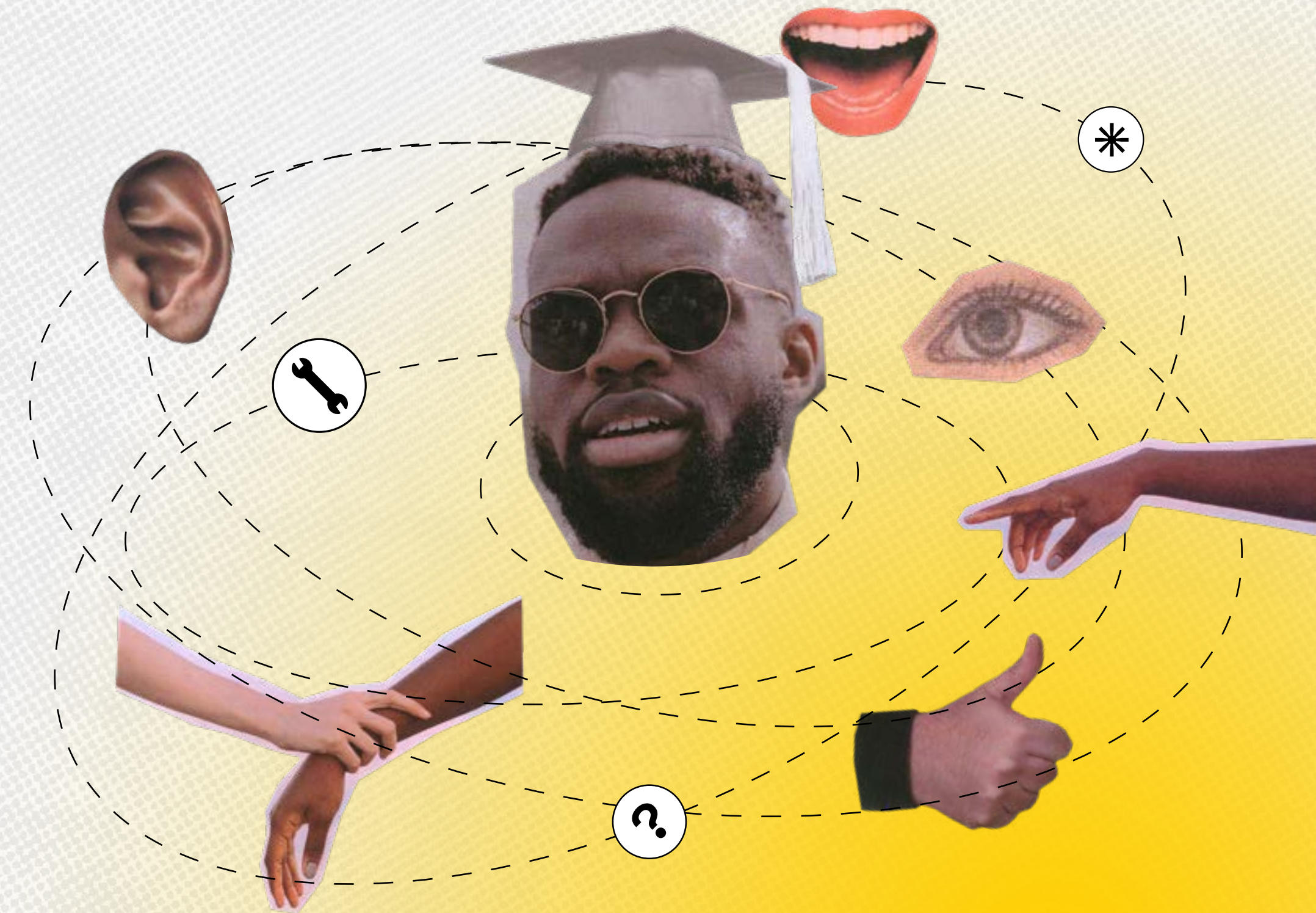
Identificeer je *rol*.

Het boeiende is dat we allemaal iets kunnen doen, ongeacht wie we zijn, wat onze plaats is binnen het systeem dat we willen veranderen en wat de omvang is van de uitdaging die we willen aanpakken.

Dit heet 'agency' of handelingsmogelijkheid; en het is de capaciteit die we hebben als individu of entiteit om actie te ondernemen, beslissingen te nemen en ons eigen leven en onze omgeving te beïnvloeden.

Als je merkt dat je een initiatief wilt nemen en je voelt je vastzitten, of machteloos, of simpelweg verloren, dan kan het helpen om de tijd te nemen om na te denken over de specifieke rol die jij kunt spelen in het systeem dat je wilt veranderen. Wat zijn de unieke vaardigheden, middelen en troeven die je kunt inbrengen? Wat zijn gebieden die je kunt controleren of beïnvloeden? Wat kan dit betekenen voor je strategie en actieplan?

Het is daar dat jouw 'agency' echt tot bloei komt, en zo ontstaat uiteindelijk het beste werk.

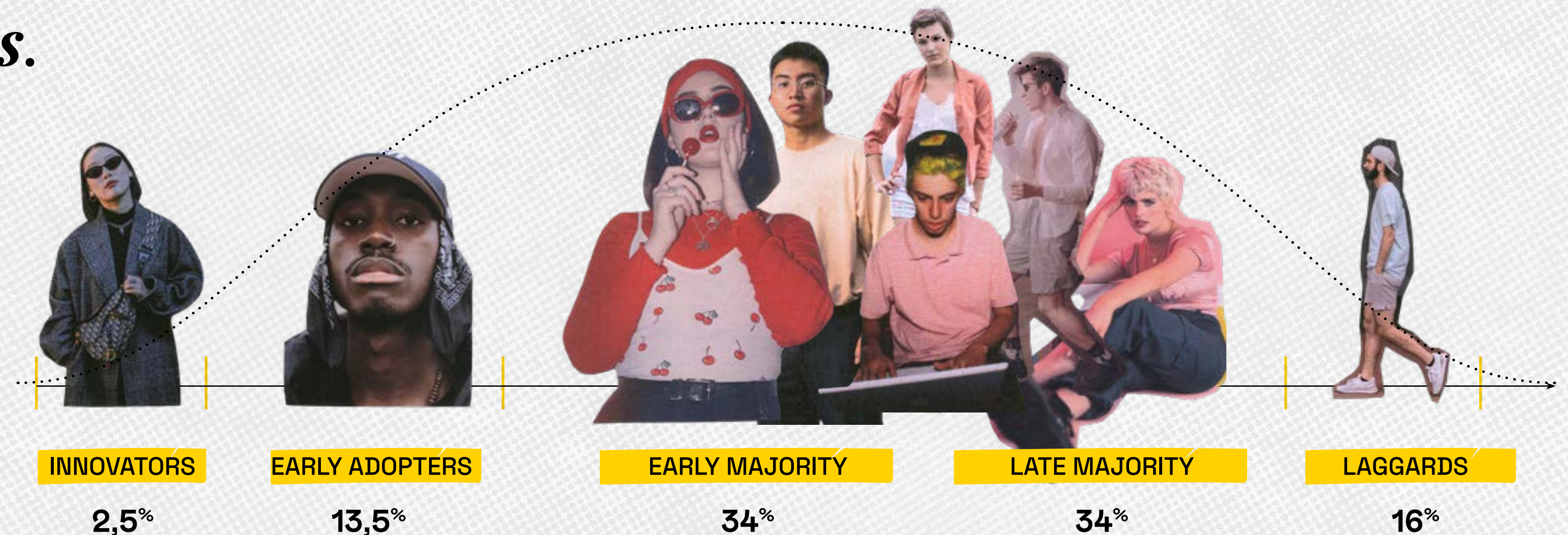


- Je hebt een rol te spelen binnen elk systeem -

Vind je *medestanders*.

Als we verandering bekijken als de overgang de ene toestand naar een nieuwe, zien we veel analogieën met de wereld van innovatie: het ontwikkelingsproces en op de markt brengen van een nieuw product, dienst of bedrijf dat voorheen niet bestond.

Volgens organisatiewetenschapper en auteur Geoffrey A. Moore is je eerste opdracht bij het stevig in de markt vestigen van een innovatie, het vinden van 'early adopters'. Dit zijn de risiconemers en trendsetters die de oplossing zullen gebruiken voordat de meeste mensen dat doen, en een cruciale rol spelen in het uiteindelijke succes van je innovatie.



Tussen innovatie en verandering is er geen verschil.

Het is belangrijk om zo vroeg mogelijk de mensen te identificeren die gemakkelijk je bondgenoten en veranderingsambassadeurs (lees: sponsors) kunnen worden. Dit zijn meestal mensen en organisaties die niet overtuigd hoeven te

worden van de waarde van jouw verandering en die je invloedssfeer kunnen vergroten wanneer dat nodig is.

Hoe oneerbiedig dit ook mag klinken, macht is belangrijk bij het kiezen van je ambassadeurs. Daarom wil je het slim spelen en individuen aantrekken die

autoriteit hebben verworven binnen de kringen die nodig zijn voor de verandering. Dit kunnen je eerste klanten zijn, thought leaders, of gewoon collega's die het overtuigings- en beïnvloedingswerk voor je kunnen doen wanneer je zelf niet over de nodige legitimiteit beschikt.

Storytime

De pionier-coöperanten van Stadsmakersfonds

Enkele jaren terug ergerde Miss Miyagi, een groepje Belgische architecten, zich steeds meer aan de ontwikkeling van steden. Het leek alsof er alleen nog maar gebouwd werd om geld te verdienen, met als resultaat steeds eentonigere en saaier buurten.

Uit die frustratie werd in 2021 Stadsmakersfonds geboren: een coöperatief investeringsfonds dat een ander soort vastgoed mogelijk moet maken, met meer maatschappelijke relevantie.

Fast forward naar vandaag. Dankzij de financiële kracht van Stadsmakersfonds krijgen vier projecten concreet vorm, en zitten er meerdere in de pijplijn. Maar nog belangrijker: Stadsmakersfonds slaagt erin om met een brede campagne

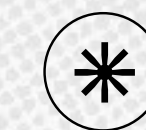
heel wat extra investeerders aan te trekken.

Die start had Stadsmakersfonds niet kunnen realiseren zonder de 'believers' van het eerste uur: 100 coöperanten die gezamenlijk de belangrijke kaap van 2 miljoen euro aan kapitaal ronden in 2022.

Die eerste coöperanten werden niet op grote schaal geworven, maar bewust gezocht binnen de eigen netwerken van de oprichters. Een cruciale keuze, want die kleine groep enthousiaste vrienden gaf vertrouwen aan een breder publiek met nood aan meer zekerheid ... en zo kon de bal pas écht beginnen rollen. Ondertussen hebben 140 coöperanten (en hun aantal groeit

nog steeds) maar liefst 3,5 miljoen (een som die ook verder aantikt) opgehaald voor dit bijzondere initiatief.

Geprikkeld? Wil je deel uitmaken van dit collectief?



Bezoek hun website *hier*



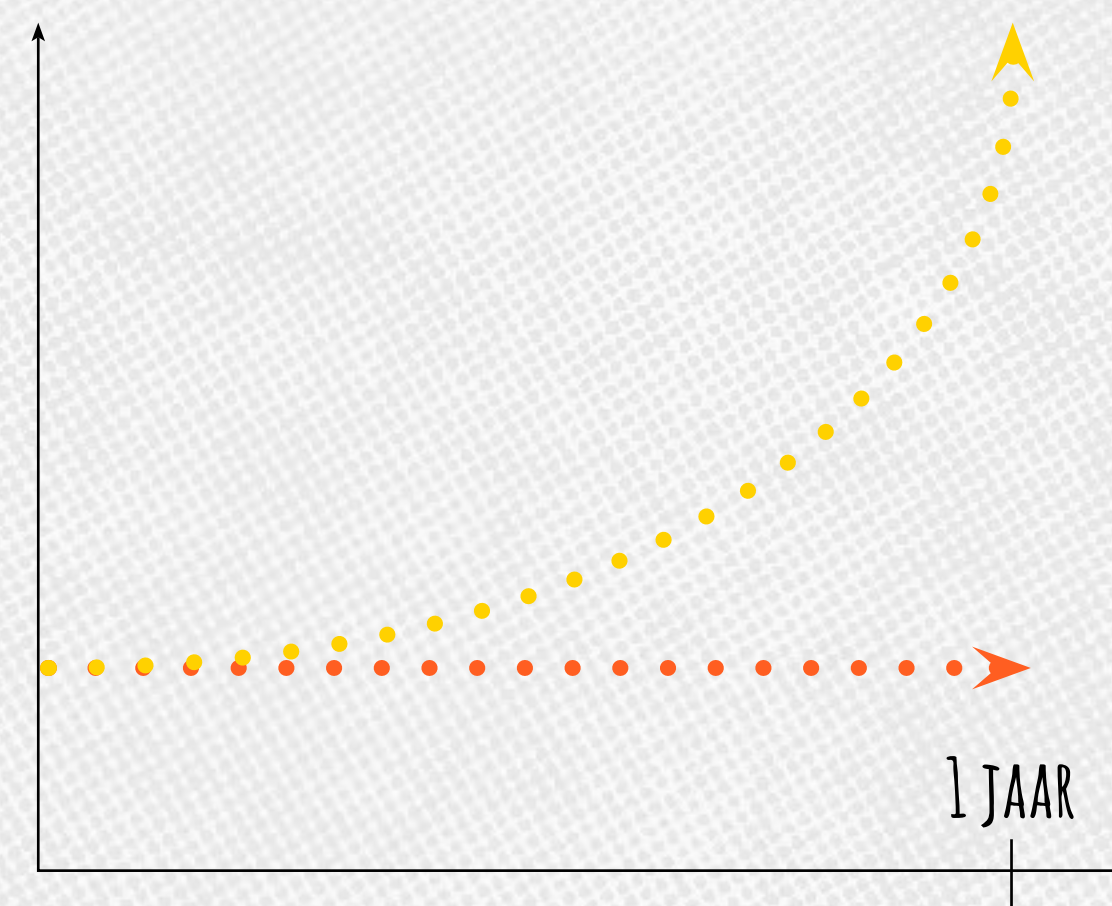
Begin *klein.*

Zodra je weet waar je naartoe wilt, waar je staat, wat je kunt doen en je medestanders hebt gevonden, is het tijd om die goede intenties om te zetten in actie.

Beschouw dit als je eerste 'veranderingszaadje' dat je wilt planten in de wereld. Dit is waarschijnlijk de sprong in het diepe die velen van ons het meeste vrezen – maar dat zou het niet moeten zijn. De truc is om klein te beginnen. Zoals James Clear ons eraan herinnert, ligt er ongelooflijk veel waarde in het leveren van kleine, consistente inspanningen richting een duidelijk doel, in plaats van helemaal niets te doen.

Wanneer je klein begint, is je focus scherper en zijn de risico's ook lager – wat je in staat stelt om comfortabeler

DE KRACHT VAN KLEINE INSPANNINGEN



ELKE DAG 1% BETER → $(1.01)^{365} = 37.78$

HELEMAAL NIETS DOEN → $(1.00)^{365} = 1.00$

- Je kleine maar consistente inspanningen kunnen op de lange termijn een grote impact hebben -

te experimenteren, te leren en zelfs dingen aan anderen te vragen.

Door het 'echt' te maken, leer je niet alleen, je zelfvertrouwen groeit ook en je maakt de positieve verandering die je beoogt tastbaar. Bovendien verzamel je de bewijzen die aantonen waarop de volgende stap net zo belangrijk is. Het is door kleine en consistente overwinningen te behalen dat je bij anderen het vertrouwen wint en het enthousiasme aanwakkert om bij te dragen aan de verandering die jij in gang hebt gezet.

Alleen door te laten zien dat verandering binnen handbereik is, kunnen we voor verandering zorgen.

Storytime *

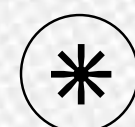
Hoe een spreadsheet de mentorship-wereld overnam

Het succesverhaal van ADPList begint met twee vrienden en een bescheiden opzet. Tijdens de pandemie hadden deze vrienden wat extra tijd en besloten ze om een eenvoudige Excel-spreadsheet te maken. Geïnteresseerden konden hun naam in een van de twee kolommen plaatsen: ‘mentor’ of ‘mentee’. Zo wisten ze 30 mentoren en 200 mentees te verzamelen die wilden bijdragen aan een mentorship community voor ontwerp-uitdagingen.

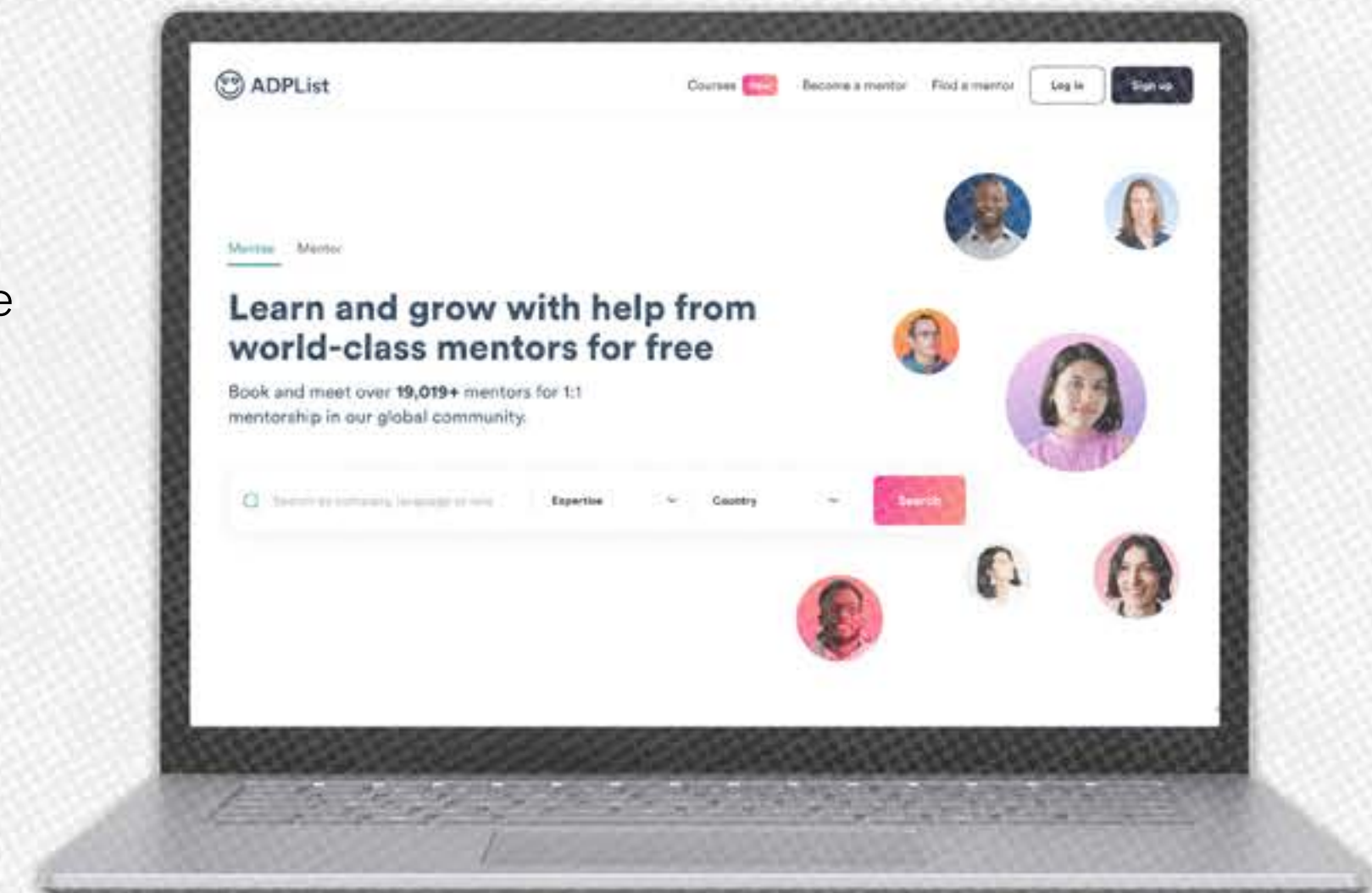
Vandaag de dag is dit miljoenenbedrijf uitgegroeid tot meer dan 18.000 mentoren en daarmee ‘s werelds grootste mentorship community voor ontwerpers – en dat in

minder dan 3 jaar tijd. Een van de medeoprichters beschouwt ADPList als het levende bewijs van een van de meest waardevolle adviezen die hij ooit heeft gekregen: dat de meest effectieve aanpak voor ontwerp begint bij het identificeren en begrijpen van een fundamenteel probleem dat het waard is om opgelost te worden. Vervolgens dient het ontwerp als oplossing voor dat probleem.

In plaats van eerst een prachtige website of app te ontwerpen, gebruikte ADPList een eenvoudige spreadsheet om een duidelijk doel te definiëren en een legitiem probleem op te lossen.



Lees het volledige verhaal *hier*



Werk samen.

De gemakkelijkste manier om verandering te verstikken, is door het binnen één persoon of team te houden. Ook al zijn er dagen waarop je het gevoel hebt dat je het beter weet dan de anderen, dat je geen tijd te verliezen hebt of dat jij degene zou moeten zijn die lof krijgt, de realiteit is dat je het niet allemaal alleen kunt en moet doen.

Verandering is geen inspanning van één persoon, maar een gezamenlijk streven, en het is bevrijdend te beseffen dat niet alle last op jouw schouders hoeft te rusten. Verandering is een polycentrische en inclusieve inspanning, en jouw succes zal grotendeels afhangen

van je vermogen om het systeem te vertrouwen en de juiste mensen op het juiste moment samen te brengen om de gewenste resultaten te bereiken.

Het kan gaan om expertise, invloed, budget, noem maar op. Uiteindelijk hebben verschillende mensen verschillende rollen te spelen, maar allemaal zijn ze cruciaal voor het bouwen aan de uiteindelijke Noordster. Jouw rol zou dan moeten zijn om de bruggenbouwer, de leider en de motivator te worden die actie verenigt rond een gedeeld doel.

“Er schuilt een zekere durf in het open en gezamenlijk benaderen van complexe problemen die in feite geen enkele eigenaar hebben. Systemisch leiderschap biedt geen ruimte aan idolatrie: veel mensen moeten handelen, veel mensen moeten veel dingen doen. Samenwerken vereist individuen die wat minder gehecht zijn aan hun eigen prominente positie. Wanneer ik die mensen ontmoet, weet ik dat ik op de juiste plek ben voor systeemverandering”

- Dr. Kate Simpson,
Director of the Institute of SystemCraft, Wasafiri



Wees *flexibel*.

Als je verandering wilt stimuleren, moet je jezelf ook comfortabel voelen bij verandering. Sterker nog, we zouden durven wedden dat er geen enkel transformatief initiatief, grass-roots-beweging of impact-onderneming is waarvan het pad niet op de een of andere manier veranderd is sinds het begin.

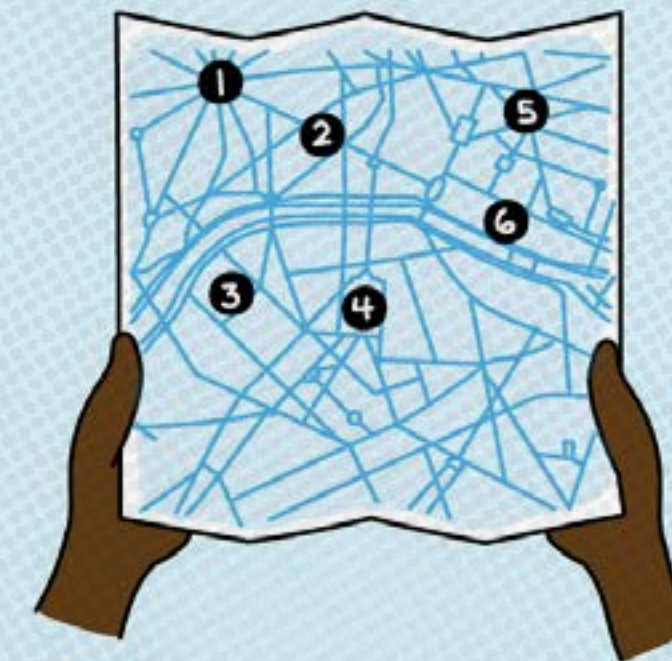
De meest succesvolle changemakers zijn degenen die niet bang zijn om dingen uit te proberen en te schakelen wanneer dingen niet verlopen zoals gepland. Ze dompelen zichzelf onder in het domein dat ze willen beïnvloeden, omarmen feedback en zien tegenslagen

als kansen om te leren. Ze hebben een groeimindset en zijn vastberaden om het probleem op te lossen dat ze in de eerste plaats hebben geïdentificeerd – ongeacht hoe tumultueus de reis om daar te komen ook kan zijn.

Dus, als er één strategie is die werkelijk wonderen kan verrichten bij het realiseren van je eigen initiatieven, dan is het om dingen nooit persoonlijk op te vatten, nieuwsgierig en scherp te blijven over het einddoel, en bereid te zijn om van koers te veranderen wanneer de realiteit daarom vraagt.

WHAT WE THINK WE
NEED TO GET STARTED

A PERFECT MAP
OF THE FUTURE



WHAT WE
ACTUALLY NEED

A GENERAL
DIRECTION



LIZ FOSSLIE

- Verandering vereist dat je ook openstaat voor verandering -

Maak het *gemakkelijk*.

Laten we eerlijk zijn, mensen zijn lui. Het slechtste wat je kunt doen als je een nieuw initiatief lanceert, is verwachten dat mensen hun gedrag van de ene op de andere dag veranderen. Mensen hebben het moeilijk met verandering.

Dat komt niet omdat ze niet willen veranderen, maar omdat verandering onzekerheid met zich meebrengt en waarschijnlijk ook de vraag naar nieuwe of andere inspanningen. Daarom is het bij het ontwerpen van een inspanning tot verandering slim om rekening te houden met wat men de 'weg van de minste weerstand' noemt.

Dat kan betekenen dat je aan het begin extra moeite moet doen om je punt te bewijzen en enthousiasme op te wekken. Het kan ook vereisen dat je je strategie afstemt op bestaande initiatieven, om zo het gevoel te creëren dat er minder verandering van individuen verwacht wordt. Soms is het zelfs nodig om de methoden uit de gedragswetenschap toe te passen, om de cognitieve belasting van mensen te verminderen en stakeholders aan te zetten tot keuzes die jouw doelen het beste ondersteunen.

Begin met net genoeg te vragen, maak het gemakkelijk en streef naar consistente incrementele veranderingen die uiteindelijk voor de transformatie zorgen die je beoogt.



“Mensen zeggen dat niets onmogelijk is, maar ik doe elke dag niets.”

- Winnie The Poeh

Vertel een *verhaal*.

**“Om een man voor
jouw zaak te winnen,
moet je eerst zijn
hart bereiken, de
grote hoofdweg naar
zijn verstand.”**

- Abraham Lincoln



Vaak over het hoofd gezien, maar essentieel voor effectieve verandering is storytelling. Een overtuigend verhaal dat weerklank vindt in de harten en hoofden van je doelgroep, blijkt vrijwel altijd een cruciale sleutel tot succes te zijn. Sterker nog, cijfers en data zijn vaak fundamenteel om je zaak te onderbouwen, maar het is het verhaal eromheen dat ze betekenisvol maakt.

Om dit te bereiken, is een diepgaand begrip nodig van de mensen die worden beïnvloed door en invloed hebben op de verandering die je nastreeft. Of het nu gaat om je leiders, collega's op de werkvloer, partners of klanten, alleen door hun perspectieven, behoeften, motivaties en verlangens te begrijpen, kun je verhalen creëren die bij hen aanslaan.

De kunst bestaat erin te erkennen dat geen enkel verhaal alle kracht bezit. Pas wanneer je diverse verhalen op maat ontwikkelt om je verschillende doelgroepen te betrekken en te inspireren, kun je mensen echt in beweging krijgen en de collectieve actie op gang brengen die nodig is voor systeemverandering.

Storytime

Achter de schermen bij Bolt: over het belang van het juiste verhaal

In 2019 lanceerde Pieterjan Verhaeghen samen met Rens Van Haute het **duurzame energieplatform Bolt**. Drie jaar later zijn maar liefst 50.000 Belgen aangesloten bij Bolt en telt de organisatie 36 medewerkers. We spraken Pieterjan over Bolt's succesverhaal.

Pieterjan: “Veel ondernemers focussen op hun product, maar mensen willen begrijpen wat jou drijft. Een goed verhaal dat vertrekt vanuit je waarom maakt het verschil. Zeker als je, zoals wij, een markt betreedt waar je tegenover spelers komt te staan met veel grotere mediabudgetten. Met Bolt hebben we onze aandacht echt moeten verdienen: opvallen in de pers, over de tongen gaan. Dat lukt alleen als je mensen raakt met je verhaal. Ik zou zelfs zeggen dat **je verhaal minstens even belangrijk is als je financiële plan.**”

“Om ons verhaal strak te krijgen, hebben we Bolt een grondige oefening gedaan op

het definiëren van onze ‘why-how-what’, onze waarden, enzovoort. Hoewel zo’n oefening zwaar kan lijken, is het ontzettend waardevol gebleken. **Al onze communicatie vertrekt vanuit het kerndocument dat we samen hebben opgesteld.** Onze essentie op papier zetten, zorgt dat we heel snel kunnen bepalen of een actie of idee spek naar onze bek is. Je gaat van ‘wat denk ik’, naar ‘hoe denkt het merk’. Dit document fungeert als ons kompas, niet alleen voor discussies over communicatie, maar voor elke beslissing die we nemen.”

“Natuurlijk evolueert je verhaal met de tijd. Zo waren de kernwaarden van Bolt – ‘persoonlijk’, ‘transparant’ en ‘fun’ – bij onze lancering weliswaar aanwezig, maar de funkant werd nog niet zo hard uitgespeeld als nu. Dat komt omdat we aanvankelijk nog het vertrouwen van onze klanten moesten winnen, waardoor onze communicatie in de begindagen serieuzer was. Aarzel dus niet om **aanpassingen en extra dimensies aan te brengen in je verhaal**, zorg dat je het 10 verschillende manieren kan vertellen. Hiermee creëer je meerlagigheid en groeit je verhaal met je mee.”



Pieterjan's tip:

Pas op voor het ‘mommy syndrome’

“Voor beginnende ondernemers is het essentieel om niet alleen te vertrouwen op feedback uit je directe omgeving. Het is een bekend gegeven dat mensen zoals je moeder simpelweg te veel van je houden om voldoende kritisch te zijn. Om die valkuil te vermijden, hebben wij het **verhaal van Bolt vóór de lancering herhaaldelijk voorgelegd aan onbekenden in de trein**. Hun reacties hebben ons enorm veel waardevolle inzichten opgeleverd, die eerlijkheid was cruciaal.”

⋮



Bezoek hun website *hier*

Bouw aan *veerkracht*.

De mensen die het meest geëngageerd zijn, raken het snelst opgebrand.

Dit gebeurt omdat we geneigd zijn alles te geven in ons streven naar verandering, vaak ten koste van ons persoonlijk welzijn. Hoe geweldig en nodig het ook is om een idealist te zijn en groots te dromen over wat je wilt bereiken, is het ook belangrijk om te beseffen dat verandering een langetermijn-, niet-lineaire en imperfecte reis is. En dat je dus goed voor jezelf moet zorgen als je ooit de eindstreep wilt halen met je mentale gezondheid intact.

Het draait grotendeels om pragmatisch leren zijn over hoe je de eindbestemming kunt bereiken, je vermogen ontwikkelen om selectief te zijn in de battles die je wilt aangaan, en nooit te onderschatten hoe belangrijk het is om een ondersteunend netwerk om je heen op te bouwen. Dit zijn de mensen die er voor je zijn wanneer dingen rot aanvoelen en dezelfde mensen die je zullen aanmoedigen wanneer het je voor de wind gaat. Schaam je dus niet om pauzes te nemen, nee te zeggen en tijd door te brengen met mensen van wie je houdt.

Uiteindelijk stelt dit je in staat om deze ongelooflijk complexe, maar fascinerende reis richting verandering af te leggen.

JUST BECAUSE YOU
CAN ENDURE



DOESN'T MEAN
YOU HAVE TO



LIZ FOSSLIEN

- Je kunt dingen veranderen en ook nee zeggen -

Vier successen.

Tot slot is het belangrijk om tijdens het veranderingsproces niet te vergeten om regelmatig achterom te kijken en trots te zijn op wat je hebt bereikt.

In onze samenleving lijkt het alsof alleen de GROTE dingen het waard zijn om te vieren, maar alle grote dingen zijn het resultaat van vele kleine stappen.

En juist die kleine stappen verdienen jouw erkenning, omdat zij de echte brandstof en energie vormen voor je volgende stap. Pak dus nu een pen en een stuk papier, en maak een lijst van 3-5 dingen die je afgelopen maand hebt bereikt. Wees niet streng voor jezelf, wees eerlijk.

Bekijk ze, reflecteer, glim van trots, en vier jezelf en iedereen die eraan heeft bijgedragen. Jullie verdienen het! Jullie zijn helden en we hebben jullie meer dan ooit nodig.

Storytime

Creëer je eigen 'Wow' - Wall of Wins

Groot, klein, virtueel of fysiek: steeds meer bedrijven introduceren een 'Wall of Wins'. Kleine prestaties zichtbaar maken voor elkaar werkt immers als een positieve bekrachtiging en bevordert positieve verandering. Of het nu een plug-in is voor het Slack-kanaal van je team, of gewoon een muur met post-its, het openlijk delen van complimenten blijkt de prestaties, tevredenheid en het gevoel van verbondenheid aanzienlijk te verbeteren. Hoe makkelijk kan het zijn.



Dus ...

... inmiddels weet je waarschijnlijk dat verandering niet eenvoudig is, maar wel een onvermijdelijke vereiste voor de wereld waarin we leven. Het maakt niet uit wie we zijn, we dragen allemaal bij aan systeemverandering. Het grote verschil zit hem echter in hoe we er-mee omgaan.

We kunnen passief of actief zijn, ons ertegen verzetten of het omarmen – en juist wanneer we ervoor kiezen om verandering te bewerkstelligen, realiseren we ons hoe uitdagend dit kan zijn.

Het mooie is echter dat de mensheid sinds haar ontstaan talloze ongelooflijke dingen heeft bereikt, dankzij de vele knappe koppen en gepassioneerde individuen die ervoor

kozen om in de bestuurdersstoel te gaan zitten, vastberaden te blijven en hun ervaringen te delen.

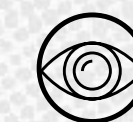
Vandaag hebben we de mogelijkheid om duizenden andere ongelooflijke dingen te kiezen die we willen verwezenlijken. Vandaag kunnen we ervoor kiezen om katalysatoren te zijn voor een wereld die beter functioneert.

En we kunnen ervoor kiezen om dit als een collectief te doen, want alleen door mensen uit te nodigen om deel uit te maken van de verandering, in plaats van verandering af te dwingen, kunnen we onze gedeelde doelen verwezenlijken.

Dus, voor welke verandering ga jij vandaag? En wie neem je mee op deze reis? We horen graag jouw verhaal!



Wil je zien waar echt leiderschap om draait? Deze 3 minuten durende video toont hoe je maar 1 andere persoon hoeft te overtuigen om een beweging te doen ontstaan. Het is zo'n 'old but gold'-video, dus we wilden er zeker van zijn dat je hem (nog een keer) zag. It takes two!



Bekijk de video hier

Aan de slag!

Jij kan de leider zijn die de wereld nodig heeft

Als je dit punt hebt bereikt, is het tijd om aan de slag te gaan. Het is tijd om die **droom** die je misschien hebt of dat initiatief dat je misschien bent begonnen, **om te zetten in iets geweldigs.**

We hopen dat je iets hebt kunnen halen uit de verhalen en lessen die we hebben gedeeld, en dat je het gevoel hebt over extra tools te beschikken die je helpen om actie te ondernemen en verandering teweeg te brengen.

Zoals Solitaire Townsend het treffend omschrijft, hebben we vandaag **'oplossers'** nodig die de toekomst helpen fixen. En de waarheid is dat wij allemaal oplossers kunnen zijn, ook jij.

Jij kunt de leider zijn die de wereld nodig heeft.

Dus wees de oprichter van bewegingen, zorg voor verandering, geef vorm aan de wereld waarvan jij droomt - en onthoud: verandering verandert verandering. Er is geen einddoel in levende systemen. Dus blijf doorgaan en laat je innerlijke vuur nooit uitdoven. **Want als jij wint, winnen we allemaal.** We hebben jou nodig; we hebben ons nodig.

Samen kunnen we verandering teweegbrengen.

Bronnen- lijst

Een liefdevol gecureerde lijst van bronnen die je helpen deze verkennende reis voort te zetten. Ze gaan over hoe we collectief en doelgericht onze goede bedoelingen kunnen omzetten in consistente acties voor positieve systeemverandering. Enjoy!



BOEKEN OM MEER TE LEREN OVER VERANDERING

From what is to what if (Rob Hopkins)

een boek over de kracht van het herontdekken van een essentiële vaardigheid die we allemaal hebben en vergeten zijn, verbeelding, maar die ons helpt onze gewenste toekomst voor te stellen.

Systems thinking for social change (David Peter Stroh)

een naslagwerk en gids om complexe problemen te begrijpen en wat er nodig is om ze op te lossen.

Switch: how to change things when change is hard.

(Chip & Dan Heath) – een inspirerend boek dat laat zien hoe gewone mensen voor verandering hebben gezorgd en geweldige resultaten hebben behaald.

Atomic habits (James Clear) – een praktisch boek over hoe we onze gewoonten kunnen veranderen en elke dag één procent beter kunnen worden; een goede herinnering dat verandering bij onszelf begint.

TOOLS OM DIRECT TOT ACTIE OVER TE GAAN

Stakeholder map

een oefening om het brede netwerk van mensen of entiteiten te identificeren die direct of indirect belang kunnen hebben bij ons werk, en waar we rekening mee moeten houden bij het ontwerpen van onze strategieën en actieplannen.

Empathy map

een canvas dat helpt ons in te leven in onze belanghebbenden, door hun behoeften, motivaties, waarden en context bloot te leggen, en hen uiteindelijk beter van dienst te zijn.

RACI matrix

een raamwerk om rollen en verantwoordelijkheden binnen een project te identificeren, en vooral om ons te helpen een betrokkenheidsstrategie voor belanghebbenden uit te zetten voor een veranderingsinspanning.

Power map

een eenvoudige maar krachtige reflectieoefening om onze invloedssfeer bloot te leggen en te schetsen hoe we onze agency als changemakers het beste kunnen stimuleren.

Theory of change

een strategisch kader om onze doelen en gewenste resultaten te identificeren en hoe we van plan zijn deze op korte, middellange en lange termijn te bereiken.

Questionstorming

een geweldige oefening om ons te helpen in beweging te komen wanneer we het gevoel hebben vast te zitten in onze reis; het is de tegenhanger van brainstormen – natuurlijk vinden we het allemaal leuk om wilde ideeën op te gooien – maar het zou eigenlijk moeten beginnen met het stellen van de juiste vragen.

PODCASTS TO GET INSPIRED BY THE HEROES OF OUR TIMES

Leave Looking Up (In het Engels)

een podcast over de verhalen en learnings van diverse changemakers om ons allemaal te helpen omhoog te blijven kijken en optimistisch te blijven over de toekomst.

Change Inc. (In het Nederlands)

een podcast en website die verhalen en nieuws deelt over hoe we een duurzame wereld kunnen versnellen via het bedrijfsleven.



Een persoonlijke *uitsmijter*.

Wij, Olga, Daphne en Shaved Monkey, hebben heel wat pieken (*Dat werkt, dat vind ik leuk, ..., we hebben het gedaan!*) en dalen (*Ooh nee, nog één ding, wat dacht je hiervan,...*) doorgemaakt tijdens het creëren van deze gids. Het tot leven zien komen voelt als een grote overwinning, en zoals je nog weet, die moeten we vieren! We hopen dat deze gids positieve vibes in je leven brengt, en hoe vaker je dit leest en deelt, hoe meer levens geraakt worden.

Als je hebt genoten van deze mini-gids, of zelfs maar van een klein stukje ervan, zou het ons trots en blij maken als je ons zou gaan volgen.

rewired



Abonneer je op onze ***nieuwsbrief***

Elke maand delen we onze favoriete bronnen en hopen we je te inspireren om je inspanningen om te zetten in iets goeds.



Bezoek ***projectrewired.co***

We bewaren we alle beste bronnen in één eenvoudig doorzoekbare bibliotheek.



Volg ons op ***LinkedIn***

Shaved Monkey



Abonneer je op onze ***nieuwsbrief***

We sturen je onze laatste verhalen, af en toe een gedachtenstarter, en misschien zelfs een uitnodiging voor een feestje.



bezoek ***shavedmonkey.be***

Ontdek hoe we met organisaties die vandaag het voortouw durven nemen, vorm geven aan morgen.



Volg ons op ***LinkedIn***



Volg ons op ***Instagram***

Samen kunnen
we *verandering*
te weegbrengen.



Shaved Monkey × *rewired*