

Arnold Steenbeek



# HART SELLING

**Liefde voor de verkoop,  
vriendschap met de klant**

**Want onze economie  
heeft het hart nodig**

*Voorwoord van Yolanda Eijgenstein,  
zakenvrouw van het jaar 1997*

# Hart Selling



**Arnold Steenbeek**



**HART  
SELLING**

*Multi*libris



Copyright © 2002, 2017 (CC BY-SA 4.0)

Arnold Steenbeek, Heart Selling / Uitgeverij MultiLibris.

Illustraties: Anjo Mutsaers

Vormgeving inhoud en omslag: Wim ten Brinke BNO, Hilversum

Productie: Erik Kunst, Uitgeverij MultiLibris, Almere

Redactie: Tekstbureau Janny ter Meer, Overveen

ISBN: 978 94 6000 160 4

Heart Selling gebruikt de *Creative Commons-licentie* getiteld: 'Naamsvermelding-gelijkdelen 4.0 Unported (CC BY-SA 4.0)' voor alle materialen en uitingen. De gebruiker is hierbinnen vrij om Heart Selling-materiaal, in elke vorm, te delen (kopiëren, distribueren en overdragen van materiaal) en te 'remixen' (aanpassen van het materiaal), onder de twee voorwaarden:

1. **Naamsvermelding** - de gebruiker dient Heart Selling te vermelden, een link naar de licentie te plaatsen en aan te geven of het werk veranderd is. Dit mag de gebruiker op redelijke wijze doen, maar niet zodanig dat de indruk gewekt wordt dat Heart Selling instemt met dit werk of gebruik door de gebruiker van dit werk.

2. **GelijkDelen** - wanneer de gebruiker het werk heeft geremixt, veranderd, of op het werk heeft voortgebouwd, moet de gebruiker het veranderde materiaal verspreiden onder dezelfde licentie als het originele werk.

Bij hergebruik of verspreiding dient de gebruiker de licentievoorwaarden van dit werk kenbaar te maken aan derden. De beste manier om dit te doen is door middel van een link naar de webpagina van *Creative Commons*:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode>

Heart Selling BV - Postbus 969, 3700 AZ Zeist

E-mail [info@heart-selling.nl](mailto:info@heart-selling.nl) - [www.heart-selling.nl](http://www.heart-selling.nl)

Uitgeverij MultiLibris - 036 844 0 788 - [info@multilibris.nl](mailto:info@multilibris.nl)





# Introductie

*Start it up*

*Love the day when we will never stop, never stop*

*Never stop, never stop*

*If you start it up*

*Kick on the starter*

*give it all you got, you got, you got*

**Rolling Stones in *Start me up*** (EMI Music Publishing Ltd)

Ik hoorde eens een verhaal over een exportmanager van een schoenenproducent. Op een goede dag stuurde het hoofdkantoor van deze schoenenproducent een ambitieuze exportmanager naar Nigeria. Nigeria staat namelijk bekend als een bruggenhoofd voor de handel in westelijk Afrika. Deze exportmanager had als opdracht om in een week tijd te onderzoeken hoe de markt voor schoenen in Nigeria is. Hij was de tweede binnen een jaar die op 'expeditie' was gestuurd. De eerste exportmanager had met tegenzin twee weken doorgebracht in Nigeria en uiteindelijk vastgesteld dat er geen markt voor schoenen was in Nigeria. Hij rapporteerde bij terugkomst: Nigeria? Geen handel, want niemand loopt op schoenen.

Die tweede exportmanager was met dezelfde opdracht gestuurd ter bevestiging van het eerste onderzoek. Maar hij was enorm enthousiast over Nigeria. Hij had alleen een tijdprobleem. Hij mocht maar een week blijven. In die week had hij de tijd van zijn leven. Hij had alles onderzocht en opgetogen vloog hij weer huiswaarts. Met enthousiasme rapporteerde hij dat hij

graag terug wilde. Nigeria is namelijk een enorme markt voor schoenen, want niemand loopt er op schoenen.

Het is dus maar hoe je ertegenaan kijkt. Meer dan tweehonderd jaar geleden zei Adam Smith, de bekende econoom, dat de kunst van het handelen iets is van alle tijden en uniek menselijk is. Er is geen ander levend wezen dat handelt. Blijkbaar zit het handelen ons in het bloed. Onze aard drijft ons ertoe om dat steeds beter, effectiever, efficiënter, slimmer, intensiever en ga zo maar door te doen. Het bijzondere is ook dat we de afgelopen jaren hier wonderwel in zijn geslaagd. Ik ben ervan overtuigd dat de handel ervoor gezorgd heeft, dat we nu de welvaart en status hebben die we verdienen. De handel zorgde er vanaf zijn oorsprong voor dat informatie uitgewisseld werd, dat andere plaatsen, andere culturen, andere personen en andere maatschappijen verkend en ontdekt werden. De verkoop is naar mijn idee door de eeuwen heen 'de verkenner van de economie en de maatschappij' geweest. En als ik nu onze beroepsgroep verken, dan geeft dat een boeiend beeld: een



fors aantal verkopers lijdt onder stress, er is een groeiende onvrede bij kopers over producten en over verkopers, de motivatie bij verkopers en hun organisaties staat onder druk, er zijn groeiende problemen bij het vinden en binden van verkopers en vul maar aan. Er lijkt iets wezenlijks aan de hand.

Deze signalen waren de vonk voor dit boek, *Hart Selling*. Dit boek is ook een neerslag van mijn eigen jarenlange zoektocht naar een essentieel andere manier van verkopen. Ik heb me vaak gestoord aan de maniertjes, de trucjes, de technieken, de onechtheid en de oneerlijkheid. Ik miste letterlijk een originelere manier van verkopen. Een manier van verkopen die niet meer op verkopen lijkt, maar zo natuurlijk is dat het verkopen automatisch gaat en altijd goed aan voelt. Die heb ik gevonden in Hart Selling.

Met liefde en enthousiasme begeleid ik u op een uitgebreide ontdekkingsreis, van het begin van de handel nog voor onze jaartelling tot aan de eenentwintigste eeuw. Gaat u met mij mee door de tijd?

Het is mijn vurige wens dat u mede door dit boek de dingen ontdekt waar u naar op zoek bent. En dat u na het lezen van het boek uit de grond van uw hart kunt zeggen: 'Ik ga het nu echt doen zoals ik het werkelijk wil.' Prettige reis.

Zeist, november 2000  
Arnold Steenbeek

P.S. Overigens spreek ik in het boek steeds over de verkoper, hij, zijn, enzovoort. Ik heb bewust de keuze voor de mannelijke vorm gemaakt. Ik besef heel goed dat ik hiermee de werkelijkheid niet goed weergeef, want ik ken zeer veel vrouwen die uitermate succesvol zijn in de verkoop. Afgezien daarvan heb ik nog geen betere benaming dan 'verkoper' ontdekt. Ik ga er in dit kader van uit dat 'verkoper' alle functies en beschrijvingen in het Nederlands en het Engels dekt.

# De wil om te groeien

*I have to learn, have to try  
Have to trust, I have to cry  
Have to see have to know  
that I can be myself*

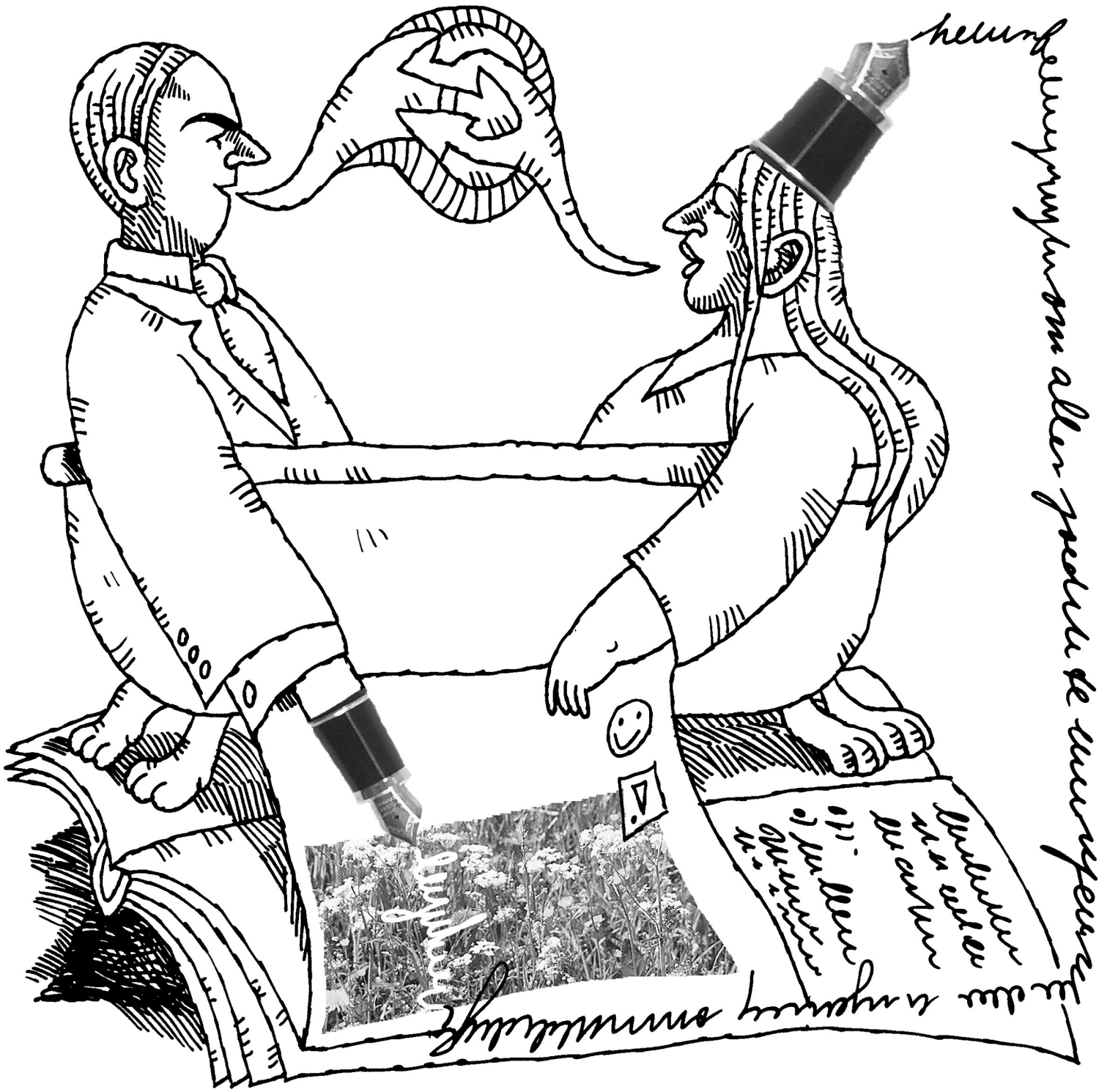
**Krezip in *I would stay*** (GM Publishing, C. Govaert)

Fijn dat we samen op pad gaan. Ik geniet nu al van uw intentie om te leren en groeien en ben reuze benieuwd wat we deze keer ontmoeten, ontdekken en ontwikkelen.

Over ontdekken gesproken. De afgelopen jaren heb ik ontdekt dat ik voortdurend op zoek ben naar een nieuw evenwicht tussen comfort en frustratie. Aan de ene kant comfort, lekker werken en doen wat ik eerder gedaan heb en wat goed voelt. Aan de andere kant frustratie, omdat ik iets niet onder de knie had of kreeg of omdat iets mij irriteerde.

Tegenwoordig geniet ik meer en meer van deze onbalans, want hierdoor ontdek ik steeds meer wat mijn werkelijke kracht is en wat mijn beperkingen en mogelijkheden zijn. Mijn ervaring is dat mijn beperkingen me afhouden van mijn mogelijkheden die werkelijk onbegrensd zijn. Nieuwsgierig zoek ik daarom telkens naar mijn grenzen, mijn frustraties en irritaties. Ik merk dat ik hierdoor een steeds beter beeld krijg van mezelf en daardoor steeds rustiger, sterker en origineler word.

Ik heb er daarom ook voor gekozen om iedereen die dat wil te helpen bij zijn ontwikkeling. Dit voelt voor mij als een voorrecht en ik geef daarom alles wat ik heb om u bij uw ontwikkeling te steunen. Ik kan dit vooral doen door situaties te creëren die u helpen stil te staan. Stilstaan bij uw eigen kracht en frustraties. Ik herinner u in dit boek af en toe ook aan uw eigen bereidheid om samen verder op pad te gaan en uzelf steeds verder te ontwikkelen. En dit pad leidt absoluut tot verrassende en nieuwe inzichten. Dat garandeer ik u.



heures  
des heures de travail  
des heures de travail  
des heures de travail  
des heures de travail  
des heures de travail

amblyopia



# I

# Klaar voor de start

*Kom vlieg met me mee,  
over land over zee  
Want het avontuur ligt ginds achter de horizon  
Wie of wat je ook bent,  
Dit is het moment  
Het is nu of nooit,  
vlieg weg en kijk niet achterom  
Er ligt meer voorbij die grens dan je ooit denken kon*

**Trijntje Oosterhuis in *Vlieg met mij mee***

Wie zich vergeet voor te bereiden, bereidt zich voor vergeten te worden. Pieter van den Hoogenband, 'de gouden zwemmer', heeft zich bijvoorbeeld jarenlang voorbereid. Tijdens de Olympische Spelen van Sydney slaagde hij erin om onsterfelijk te worden en onvergetelijk te presteren. In het algemeen geldt: hoe beter de voorbereiding, hoe hoger de prestaties. Daarom enkele tips om u voor te bereiden op deze ontdekkingsreis.

## 1.1 Maximaal effect

U hebt dit boek uitgekozen om er wellicht wat van te leren. Maar u leest waarschijnlijk veel meer dan alleen dit boek. Mag ik u dan een paar tips geven voor het lezen van dit boek en eigenlijk voor alles wat u leest:

- Lees het boek in delen. Lees elke week een hoofdstuk, in het kader van 'beter goed dan snel'. Als u elke week één hoofdstuk doet, dan vergroot u uw inzicht enorm, want de resultaten komen pas door de praktische terugkoppeling gedurende die week. Bij le-

ren geldt namelijk over het algemeen 5% inspiratie + 95% transpiratie = 100% resultaat.

- Houd een dagboek bij. Koop liefst een mooi ingebonden dagboek. Want een waardevol leven is het waard om beschreven te worden. Begin gewoon met uw eigen biografie. U weet maar nooit. Geef uw hoofd de rust die het verdient, door de gedachten op te schrijven. Het schrijven stopt namelijk het denken en daardoor krijgt u weer nieuwe inzichten en ideeën. Schrijven is soms net als een hete douche of een goed warm bad. Alles staat even stil.
- Gebruik een markeerstift, want zo kunt u de belangrijke zaken laten opvallen. Dit bespaart tijd bij het teruglezen en u prent het gemarkeerde extra goed in uw geheugen.
- Schrijf symbolen in de kantlijn. Gebruik bijvoorbeeld ☺ voor iets leuks. Een '?' als u hier meer over wilt weten of een '!' voor iets wat u aanspreekt. Gebruik liefst uw eigen symbolen, zodat het boek door uw aantekeningen meer op uw boek gaat lijken.



- Schrijf tips, actiepunten en wetenswaardigheden op in uw dagboek.
- Maak na elk hoofdstuk een korte samenvatting voor uzelf.
- Beantwoord alle vragen die gesteld worden in het boek. Zo kunt u zichzelf de rust om u de stof werkelijk eigen te maken. De stopborden helpen hier ook bij.

Ook kunt u de hulp inroepen van een reisgenoot.

## 1.2 Samenwerken

Commando's (u weet wel, de 'elitesoldaten' van onze landmacht) opereren op het scherpst van de snede. Ze moeten continu alert en effectief zijn. Ze kunnen zich geen misstappen veroorloven en ze moeten onvoorwaardelijk op elkaar kunnen vertrouwen. Daarom heeft elke commando een buddy. De buddy is de steun en toeverlaat die aan een half woord genoeg heeft en altijd te vertrouwen is.

Wanneer u ook tot de elite van de topverkopers wilt behoren, vind dan ook een buddy. Vind 'een maatje' met wie u het boek leest, de oefeningen doet, discussieert, overlegt, enzovoort. Ga regelmatig 'buddiën' onder het motto van twee weten meer dan één, vreemde ogen dwingen, vele handen maken licht werk en aanverwante waarheden.

Doe uzelf het plezier van een buddy en versnel en verdiep daarmee uw ontwikkeling.

## 1.3 Interactie

In deze tijden van nieuwe technologieën, een 'nieuwe economie' en internet is een kernwoord 'interactie'. Graag interacter ik (staat dat woord al in de nieuwe Dikke van Dale?) met u. Kijk regelmatig op onze website voor nieuwe ideeën, suggesties, tips en nieuws over Hart Selling ([www.nieuwedimensies.nl](http://www.nieuwedimensies.nl)). Dat is de eerste interactie die ik u beloof.

Bovendien stel ik uw visie, uw mening en uw adviezen bijzonder op prijs. Graag nodig ik u uit om deze aan mij te mailen. Mail deze dan naar:  
[arnold@Hart-selling.nl](mailto:arnold@Hart-selling.nl).

Ik heb dit boek met veel plezier geschreven. Ik hoop dat u net zo veel plezier beleeft aan het lezen ervan, maar vooral aan het toepassen van wat u hebt gelezen.





## 2 Verkopen door de eeuwen heen

*It's the circle of life  
And it moves us all  
Through despair and hope  
Till we find our place  
On the path unwinding  
In the circle  
The circle of life*

Elton John in *The Circle of Life* (Basart Int.)

Sinds mensenheugenis zijn er verkopers en bestaat er handel. Het is misschien wel de handel die ervoor heeft gezorgd dat vooruitgang, ontwikkelingen en uitvindingen zich verspreidden en dat velen daarvan profiteerden.

Hoe heeft de verkoop zich ontwikkeld door de eeuwen heen? Ik zal het eens op een rij zetten. Ik ga daarvoor terug in de geschiedenis en zal een aantal zaken benoemen. Ten eerste ga ik na welke ontwikkelingen er geweest zijn en welke stadia er doorlopen zijn. Vervolgens hoe het verkopen parallel daaraan zich ontwikkelde. Daarnaast beschrijf ik hoe nieuwe golven zich aandienen ter inleiding van een volgende golf in onze ontwikkeling. In grote lijnen beschrijf ik de golven door de geschiedenis heen. Maar wellicht vraagt u zich af over welke golven ik het heb.

### 2.1 Groeigolven

Elke ontwikkeling verloopt in een aantal stadia. Het is te vergelijken met de ontwikkeling van een mens: van geboorte, jeugd en volwassenheid naar ouderdom en ten slotte dood. Deze stadia zijn principes die overeenkomen met die in de natuur. Bijvoorbeeld vergelijkbaar met de seizoenen, waarin het groeien in golven gaat. Telkens vier stadia: geboren worden, groeien, volwassen zijn en sterven. Elk levend organisme maakt dit in principe mee.

Mensen horen tot groepen. Dus wanneer we de lijn van het groeien in golven doortrekken, dan geldt deze golfbeweging ook voor groepen. En extrapoleren we de groepen, dan kan dit idee zelfs gelden voor een organisatie. En dat kunnen we weer verder extrapoleren naar regio's, landen, maatschappijen en de wereld.

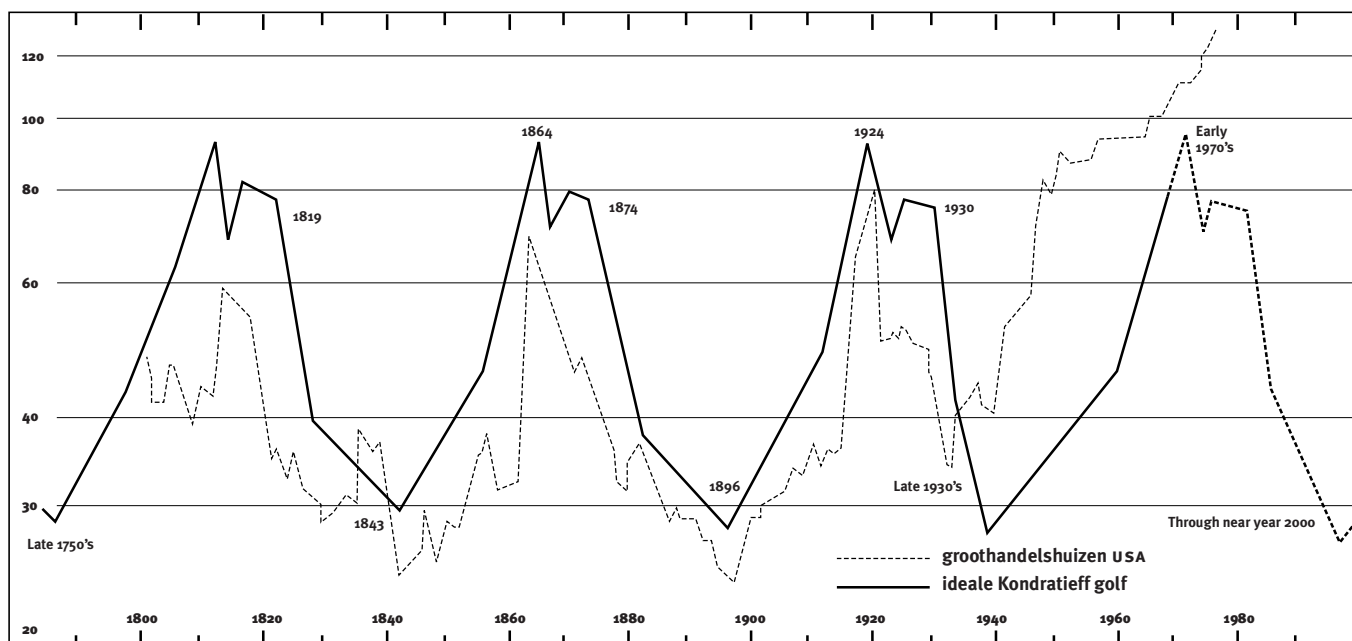
Deze ontwikkelingen noemt men vaak tijdperken, bijvoorbeeld het agrarische tijdperk en het industriële



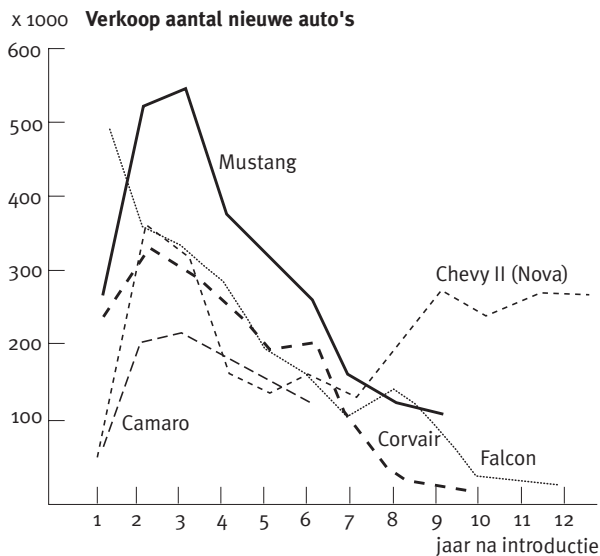
tijdperk. Maar voor dit boek houd ik de terminologie van de baanbrekende futuroloog Alvin Toffler aan. Hij spreekt namelijk onder andere in zijn boek *The Third Wave* van golven in plaats van tijdperken. Tijdperken suggereren namelijk een definitief einde van een periode. Dat blijkt in de praktijk niet zo duidelijk te zijn. Vandaar dat hij de term golven introduceert. De ene golf bestaat nog en wordt opgevolgd door de volgende golf. Het is als de branding. De vorige golf is niet weg, maar wordt overgenomen door een nieuwe. Deze maatschappelijke golven zijn overigens ook geografisch verschillend. Wat in het ene gebied achter de rug is, kan actueel zijn in een ander deel.

## 2.2 Overeenkomsten met andere ontwikkelingen

De grote uitvinder Thomas Edison was ervan overtuigd dat er een nieuwe golf aankwam. Hij zei dat er heel veel machines nodig waren in ons dagelijks leven, om ons te bevrijden van lichamelijke arbeid. Zodat we ons daarna, bevrijd van die lichamelijke arbeid, meer konden richten op een hogere vorm van beschaving: meer denken en meer ontspannen. Dit stelde hij al eind negentiende eeuw. Dit is een voorbeeld van een ontwikkeling die de voorloper is van een volgende ontwikkeling. U ziet dit verschijnsel ook terug in andere bekende modellen. Ik licht er drie kort toe: de Kondratieff-cyclus, de productlevenscyclus volgens Kotler en de adoptiecurve van Rogers.



Voorbeeld: Kondratieff-cyclus



Voorbeeld uit *Principles of Marketing* door Philip Kotler

Het eerste voorbeeld, in de economie, is beschreven door de Rus Nikolaj Kondratieff. Hij moest rond 1920 op bevel van Stalin uitrekenen wanneer het kapitalisme te gronde zou gaan. Hij kwam tot de ontdekking dat de economie bestaat uit allerlei 'business cycles'. Deze cycli vormen een soort eb en vloed, die zich opwerken naar een nieuwe fase. Kondratieff ontdekte dan ook exact het tegenovergestelde van waar Stalin op uit was. De econoom werd opgesloten in een goelag, een opvangkamp voor mensen met afwijkende ideeën, zoals dat in het toenmalige Rusland gebruikelijk was.

De modellen en ideeën van Kondratieff daarentegen kregen een beter leven. Zij zijn door steeds meer econometristen en economische experts onderzocht én bevestigd. Blijkbaar zitten er cycli en golven in de economie. Kondratieff ontdekte een cyclus van zestig jaar.

Deze zestigjarige cyclus verdeelde hij vervolgens in vier stappen: ontstaan, groei, volwassenheid en afname.

Deze vier stappen zijn ook kenmerkend voor de productlevenscyclus. Dit is een model van 'marketing-grondlegger' Philip Kotler, waarin hij aan de hand van golven de ontwikkeling van een productlevenscyclus beschrijft. Deze cyclus toont ook duidelijk een introductie, een groei, een volwassenheid en een afname.

In de introductiefase is er weinig verkoop, nauwelijks winst, de cashflow is negatief, de investeringen zijn gedaan maar de opbrengsten zijn er nog niet. Met name de klanten die innovatieve producten willen, zullen deze producten aanschaffen. Er zijn slechts enkele concurrenten.

In de groeifase van een product is er een snelle groei van de verkoop. De winst kan snel toenemen, de cashflow is redelijk, en de massamarkt wordt benaderd. Het aantal concurrenten neemt sterk toe.

In de volwassenheid, de derde fase van de productlevenscyclus, neemt de groei af. De winst neemt af, de cashflow is hoog, het grootste deel van de markt wordt bediend met het product en er zijn veel rivalen en concurrenten.

Uiteindelijk is er een neergang van het product, waarbij de winst naar nul tendeert. Ten slotte wordt de laatste klantengroep ook bediend met deze producten en uiteindelijk zal het aantal concurrenten afnemen.

U kunt deze cyclus mooi zien bij mobiele telefoons. De mobiele telefoon is ongeveer twintig jaar geleden geïntro-

roduceerd. Toen was het bijzonder als iemand over straat liep met een koffer waarin zijn draadloze mobiele telefoon zat. In de loop van de jaren tachtig breidde het bezit van dit apparaat zich uit en sinds de jaren negentig is de mobiele telefoon min of meer gemeengoed. In bijna elke broekzak of handtas zit zo'n apparaat.

De mobiele telefoon is een massa-artikel geworden en de markt is enorm gegroeid. Zelfs schoolkinderen lopen met zo'n telefoon rond en willen bereikbaar zijn. We zijn hard op weg naar de situatie dat meer dan de helft van alle mensen in Nederland een mobiele telefoon heeft. Volgens de productlevenscyclus zal het erop neerkomen dat deze markt binnen vijf jaar weer afneemt.

En daarom ziet u nu al nieuwe ontwikkelingen ontstaan om de huidige generatie mobiele telefoons klaar te maken voor een volgende technologie. Bijvoorbeeld WAP (wireless access protocol) om snelle verbinding met internet te realiseren. Dat is een nieuwe methode om de bestaande golf, die per definitie afneemt, weer een nieuwe impuls te geven. En dit is een voorloper van

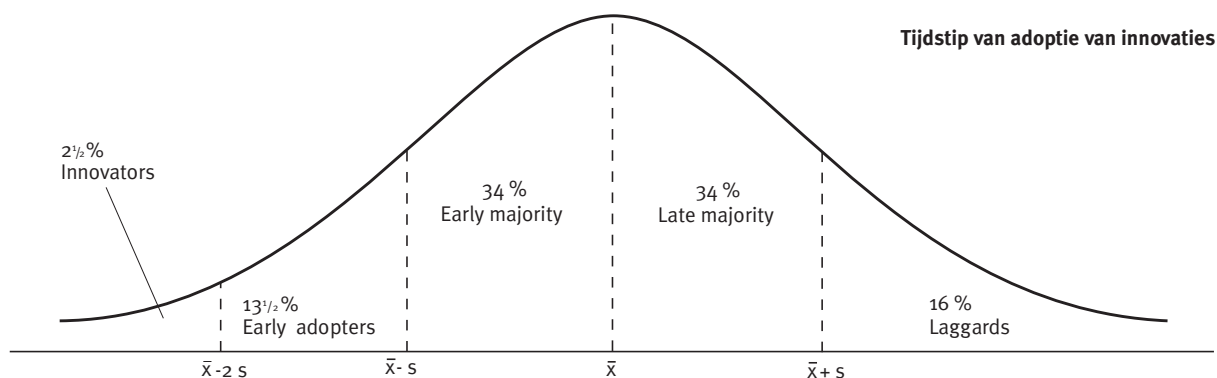
een totaal nieuwe technologie, namelijk UMTS, waarvan in 2000 de frequenties zijn geveild. U ziet dus dat de nieuwe golf en de vereiste groeisprong zich aandienen tegen het eind van een oude golf.

Dat ziet u ook bij upgradering van merken, in de automatisering (van DOS naar Windows), in de kleding, bij auto's, enzovoort. Kortom, elk economisch goed of elke dienst ontwikkelt zich van introductie, via groei naar volwassenheid en ten slotte neergang. En wordt er niets gedaan, dan verdwijnt het op den duur van het toneel.

Een vergelijkbaar model is de adoptiecurve van Rogers. Everard Rogers onderzocht aan het begin van de jaren zestig hoe lang het duurt voordat een nieuw product geaccepteerd wordt door de consument.

In zijn model zijn er vijf groepen consumenten, die elk een eigen tijdstip kiezen om een product aan te schaffen.

- De eerste groep, de 'innovators', staat altijd te popelen om een nieuw product aan te schaffen en wordt



Voorbeeld adoptiecurve van E. Rogers (in *Principles of marketing*, Kotler)

gevormd door de meest vernieuwende en innoverende consumenten.

- De daaropvolgende 'early adopters' willen – zoals de naam al zegt – deze nieuwe producten vroeg aanschaffen. Om daarmee te tonen dat zij snel nieuwe producten willen én kunnen inpassen in hun leven.
- Na verloop van tijd koopt de 'early majority' het product, de vroege meerderheid: de echte doorbraak van het product. Op weg naar vijftig procent marktaandeel zal een product de early majority nodig hebben om geaccepteerd te raken in de maatschappij, zoals bij mobiele telefoons. De early majority heeft besloten om ook een telefoon te kopen, waardoor de markt doorzet en een extreem sterke groei doormaakt.
- De vierde groep is de 'late majority'. Die groep schaft het product pas aan als men zeker is dat het nuttig is, als het product geen kinderziekten meer vertoont, als heel veel mensen het al hebben, als de prijzen gedaald zijn.
- Ten slotte is er nog een staartgroep, de 'laggards'. Deze groep schaft als laatste het product aan en sluit daarmee 'de golf' af.

Dit model van de acceptatie van innovaties gaat op voor allerlei producten. De lengte van de golf is overigens recht evenredig met de levenstijd van het product. Trendy (kort levende) producten hebben een korte golf, denk aan Rubic's Cube in de jaren zeventig, de houten ganzen voor het raam en de voetballetjes op de autoantenne. Het zijn trendy producten die heel snel geaccepteerd worden en soms weer net zo snel van het toneel verdwenen zijn. Daarentegen hebben dieselmotoren een veel langere cyclus. Het hangt van de technologische diepgang van het product en de complexiteit af, hoe lang de cyclus is. In essentie, betoogt Rogers, doorloopt de acceptatie van elk product deze vijf stadia.

Ziet ook u de overeenkomsten tussen Rogers' model en de productlevenscyclus van Kotler?

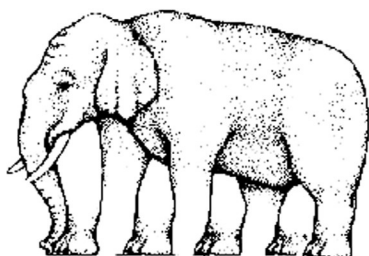
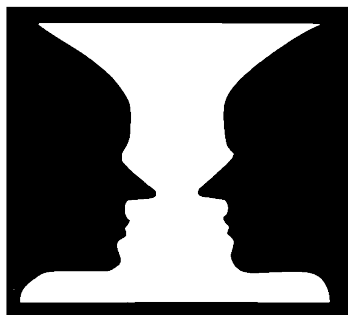
Deze drie modellen geven een individuele kijk op de werkelijkheid. Maar een golf komt nooit alleen en staat nooit op zichzelf. Daarom een korte blik op elkaar opvolgende golven.

### 2.2.1 Het elkaar opvolgen van golven

Een golf ontstaat fysisch gezien door een verdichting van energie. Denkt u nog maar eens aan de branding en de golven op het strand. Aan het eind van elke golf ontstaat de bruisende branding. Een soort ministorm. Dit gaat ook op voor denkbeeldige golven zoals eerder beschreven. Elke golf breekt dus in een 'finale storm' en die kunt u zien als een voorbereiding op nieuwe golven. In feite is de chaos bij het afsterven van de oude golf de aankondiging van een nieuwe golf. Wanneer we dit naar een hoger plan trekken, dan herkent u dit vast wel in de geschiedenis. Diverse perioden worden afgesloten door crises, onlusten en oorlogen, die dan weer nieuwe tijden aankondigen.

Een prachtig voorbeeld is de Franse Revolutie, die Europa wezenlijk veranderd heeft. In Amerika bijvoorbeeld is er maatschappelijk en economisch gezien ook veel gestreden en gevochten, voordat er een stabiele democratie kwam. Zuid-Afrika is een recent voorbeeld van een dergelijke ontwikkeling. Blijkbaar zijn er telkens revoluties nodig (aan het eind van een ontwikkeling) om een groeisprong naar een hoger plan te realiseren. Deze groeisprongen worden ook wel paradigma-sprongen genoemd, omdat ze sprongen zijn van het ene paradigma (platform) naar een hoger paradigma. Vergelijk zo'n groeisprong bijvoorbeeld met de overstap van DOS naar Windows, van de trein naar de TGV, van faxen naar e-mailen.



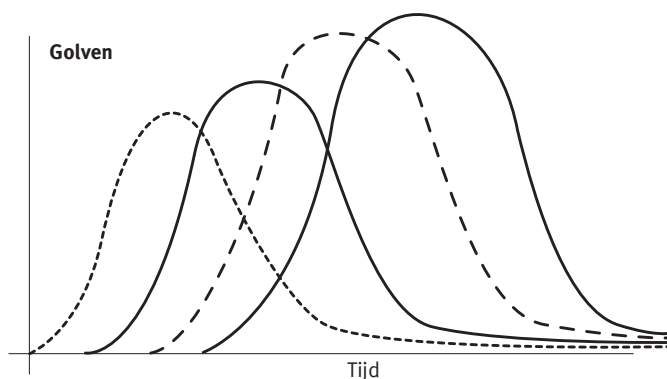


#### Optisch bedrog

U kunt een groeisprong ook zien als een sprong van uw bewustzijn. Voor bewustzijn geldt namelijk ook: zolang u zich niet bewust bent van iets, mist u het niet. Maar zodra u zich ervan bewust bent geworden, is het er altijd. Dit geldt ook voor de groeisprongen. U beseft niet dat een sprong mogelijk is, totdat u deze een keer ziet.

Ziet u de vaas of de twee gezichten tegenover elkaar? En hoeveel poten heeft de olifant? De eskimo of het gezicht? Telkens maken uw ogen en uw brein een sprong naar een nieuwe situatie. Een stap vooruit als het ware.

In de praktijk kan een groeisprong zich ook op andere manieren uiten. Op individueel niveau door chaos, frustratie, irritaties, boosheid, onmacht, enzovoort.



#### Voorbeeld hoe golven elkaar opvolgen

Denkt u nog eens aan uw eerste autorijles. U wilde het vast graag leren en u had er misschien jaren naar uitgekeken. Nú zou het dan eindelijk gebeuren. Maar de eerste paar lessen waren misschien ontzettend zwaar. Dat is de eerste frustratie. Als u dan doorzet, leidt het les- sen uiteindelijk tot een nieuwe prestatie. Want u hebt waarschijnlijk uw rijbewijs gehaald. Frustratie is dus een voorbode van een groeisprong. Het is een soort overbelasting vóór de ont koppeling naar een hogere versnelling.

Dat is op macro-economisch niveau hetzelfde. Als afsluiting van een golf ontstaat er een soort gelatenheid, tevredenheid, gezapigheid, over wat er allemaal bereikt is. En als deze voortduren, raakt men onrustig, gefrustreerd of geïrriteerd. En dit kan dan weer leiden tot oorlogen, depressies, inflatie, economische terugval en andere problemen. Dit zijn de zichtbare signalen dat er een nieuwe situatie op til is. Want naarmate het aantal ontevreden mensen groter wordt, wordt de drang iets nieuws te zoeken ook steeds sterker. Hoe kijkt u nu aan tegen de interesse voor sabbatical leaves, de toena-

me van het aantal mensen met stress en burnout, de groeiende onvrede bij werkgevers én vakbonden, enzovoort?

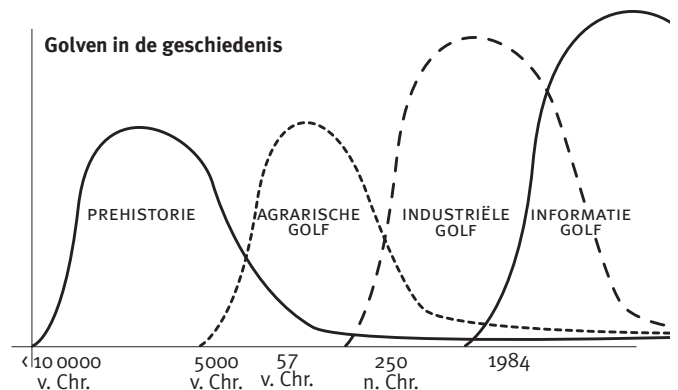
Er bestaan nu enkele zichtbaar tegenstrijdige ontwikkelingen, blijkt uit recente onderzoeken van vooraanstaande onderzoeksinstituten.

Toename van het aantal nieuwe producten	-	Afname van het acceptatiepercentage van nieuwe producten
Toename van aantal tv-zenders	-	Afname van de relatieve kijktijd
Afname van de nettowerktijd (o.a. CAO)	-	Toename gevoel dat we steeds minder vrije tijd hebben
Toename aantal communicatiemiddelen	-	Afname gevoel van bereikbaarheid
Toename aantal regels en wetten	-	Afname gevoel van veiligheid
Toename aankoop 'tijdbesparende' apparaten	-	Afname hoeveelheid beschikbare tijd
Toename ervaren werkdruk	-	Toename (!) van het voelen van geluk

Kortom, er lijkt wat aan de hand. En dat heeft directe consequenties voor elke prestatie. Want hoe groter de druk, hoe meer energie het u kost om te overleven. Want druk leidt van nature tot tegendruk. En die tegendruk kost energie.

### 2.2.2 Golven in de geschiedenis

Terug naar de golven, nu in historisch perspectief. Onze geschiedenis laat zich ruwweg in vier golven beschrijven: de prehistorie, de agrarische golf, de industriële golf en de informatiegolf. Elke beschrijving van een golf sluit ik af met een aantal signalen die als voorbode dienen van een nieuwe golf.



### Tijdperk golven

Een korte introductie van de golven. Elke golf heeft zijn eigen thema, dat de mensen verbindt. Dat is in feite de rode draad van die golf.

Golf	Thema
Prehistorie	'Ik ben wat ik verzorg'
Agrarische golf	'Ik ben wat ik bezit'
Industriële golf	'Ik ben wat ik produceer'
Informatiegolf	'Ik ben wat ik weet'

Deze golven beschrijf ik als een soort tijdreis in de verkoop. U ziet de verkoop door de eeuwen heen, van de prehistorie tot de eenentwintigste eeuw.

### 2.3 De prehistorie

De prehistorie is min of meer het begin van ons bestaan. Men zegt dat dit tijdperk 240.000 jaar geleden begon en loopt tot 57 jaar voor Christus. De prehistorie wordt namelijk beschreven als het tijdperk waarvan geen geschreven geschiedenis is. Vandaar prehistorie.

In 57 voor Christus beschreef Julius Caesar als eerste bepaalde ontwikkelingen. Dit was dus per definitie het einde van de prehistorie.

De prehistorie staat bekend als het tijdperk waarin de herders en nomaden bepalend waren voor wat er gebeurde. Iedereen trok van de ene naar de andere plaats op zoek naar eten, of op zoek naar eten voor datgene wat ze bezaten: de dieren. Daarom is in de prehistorie het centrale thema 'Ik ben wat ik verzorg'. Het was cruciaal dat de herder, nomade of stamhoofd voldoende dieren of voldoende kinderen en het liefst beide bezat. Kinderen garandeerden de verzorging op latere leeftijd en dieren zorgden ervoor dat er vandaag, morgen en overmorgen voldoende te eten was.

In de prehistorie was een aantal zaken essentieel. Men leefde om te overleven en een van de bepalende factoren daarvoor was voedsel. Wat men dus continu deed, was verzamelen. Verzamelen van voedsel en van bruikbare materialen om het leven eenvoudiger te maken. Daarnaast werd er gejaagd. Zodat er in mindere tijden en in de winter ook voedsel was. Men was continu op jacht en zorgde ervoor dat de buiken gevuld werden. Verzamelen en jagen waren de twee elementaire bezigheden van volken in de prehistorie.

Een enkele keer kwam een groep of stam terecht bij een andere groep. Ze kwamen met elkaar in contact door met elkaar te vechten óf door zaken met elkaar te ruilen. Dit waren de eerste tekenen van ruilhandel (tegenwoordig 'bartering' genoemd). Dit speelde ergens in de jonge steentijd, zo'n vijfduizend jaar voor Christus.

In die tijd zorgde de opkomst van de eerste landbouwers namelijk voor specialisatie. Men ging zich vesti-

gen op een vaste plaats en zocht daarbij de juiste gebieden om ervoor te zorgen dat er voldoende te eten was. Dat laatste was een taak voor de landbouwers. Ook waren er perioden dat men meer had dan nodig om te overleven. Zo ontstond de ruilhandel op een praktische manier. Hetzelfde geldt voor de veeteelt en de visserij. Gaandeweg ging men op zoek naar andere stammen of groepen om de overschotten te ruilen tegen andere materialen, objecten of voedsel.

### 2.3.1 Wie was de verkoper?

In de prehistorie was er eigenlijk geen sprake van verkopen. De situatie die zich toevallig aandiende, was bepalend voor wat en hoeveel er verhandeld werd. Was de oogst groot, dan handelde men veel, was de oogst klein, dan handelde men niet.

Verkopen was ook geen bewust proces. Er zat geen structuur of regelmaat in. Na verloop van tijd ontdekte men wel dat handel een goede manier was om de eigen levensstandaard te verhogen. En naarmate het begin van de huidige jaartelling naderde, kwamen er steeds meer handelaren. Eerst in allerlei primaire zaken die men zelf nodig had om te overleven. Gaandeweg handelde men in steeds luxere artikelen, zoals sieraden, 'kunstvoorwerpen' en gebruiksvoorwerpen. Uiteindelijk handelde men zelfs in wapens en landbouwwerktuigen.

### 2.3.2 Hoe deed de verkoper het?

De verkoper werkte volledig intuïtief. Het was een kwestie van inschatten van de waarde, de ander overtuigen van die waarde, en vervolgens het voorwerp ruilen voor iets van een vergelijkbare waarde. Dus zowel bij het aanbieden van de eigen producten als bij het ruilen was het gevoel wat een product waard was leidend.

Dit was de essentie van de ruilhandel aan het begin van onze jaartelling. Het ging er in principe om de eigen artikelen 'kwijt te raken' en te ruilen voor nuttige goederen, in eerste instantie voor eigen gebruik. Later ruilde men ook goederen die geruild werden met derden. Dit was de eerste oorsprong van een soort verkoopproces. Gaandeweg ontstond er specialisatie op basis van het gebied dat men bereisde of de producten die men verkocht. Handelaren haalden bijvoorbeeld goederen uit andere streken en plaatsen en gingen daarmee reizen. Onderweg ruilde men die voor andere materialen, die vervolgens op weer andere plaatsen werden geruild. Zo ontstond een heel handelsnetwerk met vaste routes.

Er zijn bijvoorbeeld in Nederland allerlei goederen uit Spanje teruggevonden. Deze artikelen hadden dus een lange reis afgelegd. Tijdens de reis verzamelden de kooplui alles wat ze onderweg ontdekten. Toen al waren het de handelaren die ervoor zorgden dat de cultuur zich verspreidde over een steeds groter gebied.

Naarmate de handel toenam, werd het voor de verkopers steeds belangrijker een bijzondere positie te creëren bij de kopers. En discussies over de waarde van een artikel te vereenvoudigen of zelfs te voorkomen. Zo ontstond de behoefte aan het waarderen van goederen.

Toen het geld als betaalmiddel werd ingevoerd, betekende dat in feite het einde van de ruilhandel. De Soemeriërs (in Zuid-Irak) gebruikten al in 5000 voor Christus gestandaardiseerde hoeveelheden koper en zilver. Voorlopers van munten in de vorm van gouden schijven werden door de Lydiërs ontwikkeld en wel circa 700 voor Christus. Zo kwamen steeds meer kooplieden op het idee om uniforme waarden te bedenken. Dit is de oorsprong van de beroemde spiegels, kralen, zout en

schelpen. Het eerste metalen geld werd tussen 2000 en 1000 voor Christus ingevoerd, gelijktijdig in Mesopotamië en China. Dit geld had een unieke vorm: het had een vaste waarde, een vaste omvang en de waarde was meestal afhankelijk van het materiaal waarvan het gemaakt was.

### 2.3.3 En hoe verder?

Zo ontstond de ruilhandel. De eerste landbouwers vestigden zich, en produceerden zo veel ze konden binnen de tijd en op de plaats die ze hadden. Wat over was, werd ter beschikking gesteld aan de handelende kooplieden. Het 'geld' werd dan weer gebruikt om de handel te vergemakkelijken.

Enkele eeuwen voor onze jaartelling was er een ommekeer. Het leven veranderde en gaandeweg ontstonden er nieuwe groepen, die zich steeds grotere gebieden wilden toe-eigenen om daarmee de landbouw, de nieuwe golf, meer ruimte te geven. Want men ontdekte dat naarmate men meer grond had, men meer macht had en meer mensen kon beïnvloeden. Ergo, men had een rijker leven. Dit was de voorbode van een nieuwe golf, de agrarische golf.

Er is weinig bekend over het einde van de prehistorie. Het kan zijn dat er rond die tijd een ijstijd geweest is die ertoe leidde dat men bewust ging zoeken naar vaste plaatsen en vaste methoden om te overleven. Met als gevolg dat men zich ging concentreren op zekerheid en een zekerder methode om het leven te waarborgen. De toenmalige bewoners gingen steeds meer leven van de veeteelt, visserij en landbouw. Hiermee werd de eerste stap op weg naar de nieuwe, agrarische golf gezet.

## 2.4 De agrarische golf

Zo'n vijfduizend jaar voor Christus gingen de eerste landbouwers zich op vaste plaatsen vestigen. Landbouw en visserij waren in deze tijden de twee belangrijkste manieren om te overleven. Deze agrarische golf liep in het Westen van circa 5000 voor Christus tot 250 na Christus.

Toen was het cruciaal dat men zich ging vestigen. Door de behoefte aan zekerheid ging men streven naar zo groot mogelijk bezit. Het ging er vooral om bezit te verwerven in de vorm van land en/of mensen. Vergeleken met de prehistorie wilde men meer bezitten en een groter gebied. Eerst was het 'Ik ben wat ik verzorg' en het werd 'Ik ben wat ik bezit'. Tijdens de agrarische golf nam men soms zelf letterlijk mensen in bezit. Behalve de landeigenaren (de edelen) waren er namelijk ook horigen.

Elke edele was er destijds op uit zoveel mogelijk land te bezitten of zoveel mogelijk land te laten beheren door zijn onderdanen en horigen. Land en arbeid waren de belangrijkste machtsmiddelen. Fysiek geweld en het beschermen van het bezit waren daarmee bepalend voor wat er in deze tijd gebeurde.

Tijdens deze golf is ook de eerste stap gezet op weg naar een nieuwe manier van zakendoen. In de prehistorie was er nauwelijks sprake van georganiseerde handel. In de agrarische golf werd het langzamerhand gebruikelijk om overschotten te verhandelen. Ongeacht of die waren geogst, gevangen of verzorgd (vee). Daarna kwam er een zekere organisatie in het handelen. Specialisatie kwam aanvankelijk nauwelijks voor en op het land werd er beperkt gebruikgemaakt van mechanische hulpmiddelen om de productie efficiënter te maken.

Rond het einde van het eerste millennium dienden zich de eerste voorboden van een andere manier van werken aan. Het eerste geld werd gedrukt en uitgevonden in China (rond het jaar 1000). De eerste gilden ontstonden aan het einde van de elfde eeuw. Ook werden de eerste kruistochten gehouden. Deze tochten hadden doorgaans drie doelen: gebieden veroveren of steden innemen, religie uitdragen en handel drijven. In 1095 werd de eerste tocht vanuit Europa georganiseerd om een handelsroute op te zetten tussen Europa en Azië.

Aan het begin van de elfde eeuw werden ook de eerste 'jaarmarkten' georganiseerd die in het economisch leven in heel Europa grote betekenis kregen. Tot de beroemdste behoorden die van Champagne, Torhout, Brugge, Antwerpen, Leipzig, Frankfurt, Neurenberg en Nizjni-Novgorod. In Utrecht waren er in het jaar 1127 al vier jaarmarkten.

De handel ging zich steeds meer specialiseren tijdens de agrarische golf. Men had ontdekt dat men door specialisatie efficiënter kon verbouwen en een hogere opbrengst kon halen. Voorbeelden van gebieden met specialisatie zijn de wijnstreken, de graanstreken en de gebieden waar veel schapen waren. Voor de verwerking van de opbrengsten ontstonden ter plekke speciale 'bedrijfstakingen': wijnkelders, weverijen, spinnerijen, wolindustrie, enzovoort. Gaandeweg verwerkte men de opbrengsten steeds mechanischer en zo ontstonden de eerste vormen van industrie. Het gevolg hiervan was dat de verkoper een steeds centralere rol ging spelen in het combineren van vraag en aanbod.

### 2.4.1 Wie was de verkoper?

De verkopers tijdens de agrarische golf waren met name ingesteld op de opbrengst van het land. Als de op-

brengrst hoog was, dreef men veel handel. Er waren in eerste instantie nauwelijks ruilmiddelen voorhanden. Men ruilde partijen voor andere. Men vroeg dan gelijkwaardige partijen terug, voor eigen gebruik of voor een derde partij. Ruilhandelaar was de verkoper tijdens deze golf. Er werden waren tegen waren geruild en er zat geen fase tussen, en er was geen fase voor of na.

In de loop van de tijd kwam er wel een tweede fase in het ruilproces om het voor de verkopers eenvoudiger te maken. En om ervoor te zorgen dat de waarde van de waren eenvoudiger te bepalen was. De eerste vormen van geld werden geïntroduceerd. Zout, spiegels, kralen, stenen en de eerste munten verschenen op het toneel en werden steeds vaker gebruikt als ruilmiddel.

In eerste instantie werd er, zoals gezegd, voornamelijk handel gedreven in goederen waar een overschot van was: luxeartikelen of landbouwgewassen. Bij luxeartikelen kunt u denken aan bekers, vazen, sieraden of andere producten waaruit bleek dat men een zekere status bezat. Gaandeweg kwam daar verandering in. Naast die in de luxegoederen bloeide de handel in alledaagse benodigdheden en gebruiksartikelen op. Zo was Genua, in Italië, sterk gegroeid doordat steeds meer mensen naar de steden trokken. De stad zelf had maar een klein achterland. Maar omdat de stad steeds verder groeide, moest men op zoek naar nieuwe leveranciers, zodat de mensen in de stad een beter leven zouden hebben. En zo gingen de handelslieden op zoek naar nieuwe handelspartners ten gunste van een goed stadsleven.

De verkoper in deze tijden vervulde een belangrijke rol voor de welvaart en het welzijn van de stad die hij vertegenwoordigde. De koopmannen waren mensen met

aanzien. Hoe beter ze handel dreven, hoe meer aanzien ze hadden.

### 2.4.2 Hoe deed de verkoper het?

Er was maar één type verkoper, namelijk de koppelaar. Hij koppelde kopers met producten en partijen. De verkoper had daarnaast nog een belangrijke rol. In het kielzog van de vele legioenen en legers trokken veel kooplieden en marketentsters (= een vrouw in uniform die eet- en drinkwaren aan soldaten verkocht) mee, per schip, te voet of te paard. Hun doel was nieuwe handelspartners, nieuwe handelswaar en nieuwe handelsroutes te vinden. Dit leidde ten eerste tot een (subjectieve) vergroting van de wereld. Men ging zich meer en meer realiseren dat er ook buiten het eigen gebied het een en ander gebeurde. Men ging bewust op ontdekkingsreis en met succes. Dankzij de kooplieden mengden verschillende culturen zich met elkaar. Men kwam van reizen terug met nieuwe producten, nieuwe routes, nieuwe kennis en informatie of met mensen (voor de slavernij). Een bijeffect van deze zoektocht was het ontstaan van zeeroverij. Het is bijvoorbeeld bekend dat in het Middellandse-Zeegebied de zeeroverij ontstaan is doordat roven voor kooplieden een makkelijk alternatief was om aan koopwaar te komen.

Ten tweede zorgden de kooplieden ervoor dat de culturen steeds rijker werden. Dit was des te meer een reden om de kooplieden een belangrijke rol te geven in de gemeenschap. Het bleek dat de kooplieden een soort integrator waren van nieuwe ontwikkelingen.

Door de veranderingen in het verkoopproces ontstond een grotere behoefte om het proces beter te organiseren. Men ging zich meer concentreren op de vraag hoe men efficiënter zaken kon doen. Geleidelijk ontstond

den het bankwezen, boekhoudsystemen en administratieve systemen. Een prachtig voorbeeld hiervan zijn de banken in Italië. Het waren de eerste banken ter wereld en zij zorgden ervoor dat vraag en aanbod nog beter op elkaar afgestemd werden met behulp van geld. Geld werd definitief het ruil- en betaalmiddel.

In deze tijd ontstonden ook de Hanzesteden. Deze steden, met name in Duitsland en in Nederland, sloten met elkaar een handelsverbond. Samen kochten en verkochten ze vis, hout, teer, graan en andere producten. Ze zorgden ervoor dat de producten eenvoudiger uitgewisseld konden worden waardoor hun verkoop- en inkoopmacht toenam, met als gevolg nog meer status voor de Hanzesteden.

De aandacht verschoof van het platteland naar de steden. Daar werden de gilden steeds belangrijker. De gilden waren de organisaties die het bedrijfsleven volledig beheersten. Gildenmeesters hielden het loon in de gaten en controleerden de kwaliteit, de prijs en het werk van de mensen die aangesloten waren bij het gilde. Er waren allerlei gilden voor ambachtslieden en kooplui: zadelmakers, wevers, bakkers, slaggers, noem maar op. De gilden hadden zoveel macht dat men alleen handel mocht drijven of een ambacht mocht uitoefenen als men lid was van een gilde.

De meest vooraanstaande gildeleden waren de meesters. Een meester had zijn eigen zaak. Zijn personeel bestond uit gezellen, die voor een dagloon werkten, en leerlingen, die tot ambachtslui werden opgeleid. De gilden hadden ook een sociale taak: ze zorgden voor het welzijn van hun leden. Ze zamelden geld in voor degenen die te ziek of te oud waren om te werken.

Vaak beheersten de kooplui niet alleen het zakenleven, maar ook de politiek. Ze maakten vaak deel uit van de 'stadsraad', die de stad bestuurde. Een voorbeeld uit die dagen was Florence, waarin de politiek in handen was van welvarende kooplui en de gilden. Bijna alle belangrijke posten in de stad werden bezet door stoffenhandelaars.

Binnen de steden organiseerden de gilden en de kooplui zich steeds beter. 'Bedrijven' die dezelfde producten maakten, waren meestal in dezelfde straat gevestigd. In het huidige straatbeeld van veel steden zien we hier nog de restanten van: Slagerspoort, Brouwerskade, Wevershof, Looiersgracht. U kunt aan de naam van de straat zien welke beroepen er in de Middeleeuwen gevestigd waren. Er was zelfs in het Middeleeuwse Londen een straat met daarin tweeënvijftig goudsmiden naast elkaar. Dat was op het Strand.

Men sprak toen voor het eerst van winkels. Al deze winkels waren tot de nok toe gevuld met artikelen. En elke winkel was te herkennen aan een uniek uithangbord. Dit was waarschijnlijk de eerste vorm van reclame, die men toen gebruikte om te laten zien welke waren men verkocht.

Een bijzonder voorbeeld van goed georganiseerde handel was de Vereenigde Oost-Indische Compagnie. De Nederlandse Vereenigde Oost-Indische Compagnie werd opgericht naar aanleiding van de oprichting van de Britse Oost-Indische Compagnie in 1600. De Nederlandse VOC was echter vele malen rijker. Er waren toen al miljoenen (!) guldens in kas, men had een prima organisatie. En de samenwerking van de machtige 'kammers' van Amsterdam, Middelburg, Delft, Rotterdam, Hoorn en Enkhuizen leidde tot een groot succes. De VOC slaagde er in korte tijd in de belangrijkste handels-



routes over de hele wereld te beïnvloeden, te bepalen of te domineren. De VOC werd uiteindelijk de eerste multinational ter wereld.

Zij was ook een voorbeeld voor allerlei andere ‘compagnieën’ in Oostenrijk, Zweden, Frankrijk en de rest van Europa. Die hadden allemaal tot doel de koloniale handel verder te organiseren. Het grootste deel van de rijkdom en de welvaart van Nederland in de zeventiende en achttiende eeuw komt voort uit het succes van de Vereenigde Oost-Indische Compagnie. Het waren opnieuw de verkopers die voor welvaart en welzijn zorgden.

### 2.4.3 En hoe verder?

De bomen groeiden bijna letterlijk tot in de hemel. De luxe was enorm en het peil van welvaart en welzijn was in korte tijd extreem gestegen. Dit leidde tot kiemende onvrede. Het einde van de agrarische golf werd gekenmerkt door een aantal ontwikkelingen. Een ervan was de onafhankelijkheidsoorlog in Noord-Amerika, die daar leidde tot een definitieve doorbraak van de democratie. Een andere was de Franse Revolutie, die voor een staatkundige groeispurt zorgde. Deze twee revoluties waren een aanleiding tot een nieuwe manier van leven en werken, de industriële golf.

## 2.5 De industriële golf

Tijdens de agrarische golf bepaalde de hoeveelheid land en arbeiders die men bezat, status, aanzien en macht. Maar naast land en arbeid werd nu ook kapitaal belangrijk. De ontwikkelingen in de agrarische golf brachten namelijk zoveel geld in omloop, dat het een belangrijk middel werd om de economie draaiende te houden. Ook werd het een meetinstrument voor welvaart en

aanzien. Door geld ontstond de mogelijkheid om te investeren in nieuwe uitvindingen en het verbeteren van de productieprocessen.

Tijdens de industriële golf was het een kwestie van produceren en presteren. De productie op gang brengen en houden en vervolgens deze verbeteren en efficiënter maken. Had men een fabriek, dan had men werknemers. Dat leverde status op en een beter leven. Het thema van deze periode is ‘Ik ben wat ik produceer’. Uit deze tijd stamt de overtuiging dat men hard moet werken om te kunnen leven. Dit bijbelcitaat is kenmerkend: ‘In het zweet uws aanschijns zult gij ...’ (uit Genesis 3 : 19).

Mede dankzij deze economische voorspoed ontstond halverwege de achttiende eeuw de Industriële Revolutie. Met name in Engeland leidde die tot een uitgebreide verbetering van productieprocessen. Die begon in de textielindustrie, maar breidde zich uit over alle mogelijke industrietakken. De machines werden beter, de productieprocessen efficiënter en de producten beter. Het werd ook steeds eenvoudiger om dupliceerbare producten te maken. De Industriële Revolutie was een aanjager van de economische groei. Want door de efficiencyverbetering werd welvaart een breed maatschappelijk goed. Daardoor kwam er een maatschappelijk veranderingsproces op gang. Er vonden sociale, culturele en politieke veranderingen plaats. Denkt u daarbij aan stemrecht voor vrouwen, verbod op kinderarbeid, kortere werkweken, meer democratie, betere zorgvoorzieningen, enzovoort. Vrijwel alles wat in die tijd bekend en gewoon was, veranderde. De industriële ontwikkeling werd zo een brede, algemene groeisprong in de ontwikkeling van de mens.

Een bijzonder bijeffect van de Industriële Revolutie was het einde van het zogenaamde Maltusiaanse dilemma: de bevolkingsgroei in een volgend ontwikkelingsstadium wordt altijd door hongersnood en epidemieën gereduceerd. In de industriële golf werd dit dilemma eindelijk doorbroken: de levensstandaard van steeds meer mensen werd hoger.

Door massafabricage werden veel producten, waaronder gelukkig veel primaire levensbehoeften zoals kleding en schoenen, enorm goedkoop. Steeds meer producten werden betaalbaar voor 'iedereen'. De consequentie hiervan was dat producenten zich meer en meer wilden onderscheiden en unieke producten wilden of claimden. Zo ontstond de behoefte merken te creëren.

Lange tijd was de naam van de producent het enige merk. Zijn naam en faam waren een garantie voor kwaliteit. Denkt u maar eens aan familienamen die als kwaliteitsgarantie werden gebruikt, zoals Douwe Egberts (sinds 1891, koffie), Philips (sinds 1891, lampen), Van den Bergh & Jurgens (sinds 1872, boter en margarine) en Van Houten (sinds 1828, cacao). Aan het eind van de negentiende eeuw werden de eerste merken die geen bedrijfsnaam waren, gecreëerd. In 1893 werd Coca-Cola bijvoorbeeld geregistreerd als merk. In het verlengde daarvan werden ook wetten, regels en procedures opgesteld om industrieel eigendom te beschermen. Doel was om deze innovatieve producten, die toen echt op gang kwamen, goed te beschermen.

### 2.5.1 Wie was de verkoper?

Tijdens de industriële golf maakte de rol van verkoper een ingrijpende ontwikkeling door. De 'basis'rol van de verkoper van weleer was de koopman die ervoor zorgde

dat de kopende partij en de verkopende partij bij elkaar werden gebracht. Vaak was de koopman zelf de verkopende partij en zocht hij de kopers op. Cruciaal in zijn rol was dat hij verantwoordelijk was voor de overdracht van de goederen en de betaling. Hij was dus primair gericht op de transactie.

Doordat productieprocessen steeds effectiever en efficiënter werden, nam de variëteit aan producten toe. Dit leidde tot een groeiende vraag naar technische experts als verkoper. Dit type verkoper specialiseerde zich in zaken als productspecificaties, productieprocessen en technische kwaliteit. In het verlengde hiervan verdiepte hij zich in een ander proces, namelijk het verkoopproces. Deze technische expert redeneerde eerst vanuit zijn eigen productieproces en product en pas daarna vanuit de mogelijkheden voor een koper. Deze verkoper verkocht vooral 'de innovaties' aan de hand van de producten die hij leverde. De tweede evolutie van de verkoper was hiermee een feit.

Zoals gezegd dateren de eerste merken van het eind van de negentiende eeuw. De verkopers moesten vanaf die tijd in staat zijn een bepaald gevoel dat bij een merk hoorde, bij de kopers over te brengen. Een prachtig voorbeeld is de ontwikkeling van Coca-Cola als merk. Het bijzondere van dit merk is dat niemand precies weet wat de exacte samenstelling van het product is, hoewel het al sinds 1893 geregistreerd is. Het wordt '7-x' genoemd. De precieze samenstelling ligt goed opgeborgen in een kluis in de buurt van het hoofdkantoor van Coca-Cola in de Verenigde Staten. Desondanks wordt deze drank dagelijks door miljoenen mensen gedronken. Omdat men het idee of de wetenschap heeft dat Coca-Cola gezond, bijzonder is? Het is een prachtig voorbeeld van hoe succesvol een merk kan worden.

De derde evolutie van de verkoper was dan ook dat hij merken kon verkopen. Hij moest een gevoel of imago kunnen verkopen. Technisch gezien waren producten namelijk vrijwel vergelijkbaar. De merkenverkoper hielp de consumenten om de verschillen tussen de producten te ervaren. Hierdoor kreeg de merkenverkoper een steeds belangrijker rol in het economisch proces.

Koopman —→ Technische verkoper —→ Merkenverkoper

### 2.5.2 Hoe deed de verkoper het?

Van de genoemde drie typen verkopers waren de technische experts de belangrijkste verkopers. Deze technische experts gebruikten de kracht en de macht van de industrieën, de productieprocessen en de massafabricage. Een verkoper was ook in die tijd succesvol wanneer hij in staat was vooral veel producten aan de man te brengen. Hij had wel met enkele beperkingen te maken om zijn producten aan de man te brengen.

Een van de meest kenmerkende beperkingen voor de verkoper in het industriële tijdperk waren de technologische mogelijkheden. Niet alles wat de koper wilde, werd gemaakt. Dit wordt prachtig geïllustreerd door de uitspraak van Henry Ford, die als eerste arbeidsbesparende methoden invoerde (met name lopendebandsystemen) om de productiviteit op te voeren: 'Iedere koper kan elke kleur bestellen, als het maar zwart is'.

Dat verkopen een professionele beroepsuitoefening was, werd als eerste onderkend door NCR (producent van kasregisters), en wel door John H. Patterson, die in 1886 zes verkopers systematisch trainde. Later (in 1894) opende hij een verkopersschool in Dayton (Ohio), die nog bestaat en functioneert! Detailhandelsverko-

pers werden al eerder getraind, namelijk sinds 1852 door de Fransman Aristide Boucicaut, oprichter van het warenhuis 'Samaritaine'.

### 2.5.3 Hoe nu verder?

Verkopen neemt werkelijk een hoge vlucht aan het eind van de negentiende en het begin van de twintigste eeuw. Met de introductie van de automobiel ontwikkelt de verkoper zich tot professioneel handelsreiziger. Voordat de auto er was, bezochten de verkopers de klanten niet. Ze ontmoetten hen op beurzen en daarmee verwante markten en tentoonstellingen.

In het begin van de twintigste eeuw zijn er enorme industriële ontwikkelingen op het vlak van productinnovaties. Het bijzondere van alle innovaties is dat deze niet leiden tot een trendmatige, stijgende werkloosheid. Er blijken sterke tegenkrachten te zijn, zoals toenemende gebruiksmogelijkheden van nieuwe of vernieuwde producten en productiemethoden. Opnieuw is er een cruciale rol weggelegd voor de verkoper. Hij moet de innovaties begrijpen en vervolgens vertalen naar nieuwe doelgroepen en ze verkopen. De verkoper heeft zich in de twintigste eeuw enorm ontwikkeld. Bent u benieuwd hoe turbulent en indrukwekkend deze ontwikkeling is? Het volgende hoofdstuk gaat hierop door.



# 3 Verkopen in de twintigste eeuw

*Our written history is a catalogue of crime  
The sordid and the powerful, the architects of time  
The mother of invention, the oppression of the mild  
The constant fear of scarcity, aggression as its child*

**Sting in History will teach us nothing**

(Magnetic Publishing Ltd, EMI Music Publishing Ltd)

De twintigste eeuw begon roerig en tot en met de Tweede Wereldoorlog gebeurde er enorm veel. Hoe turbulent het begin van deze eeuw was, blijkt uit deze summiere opsomming:

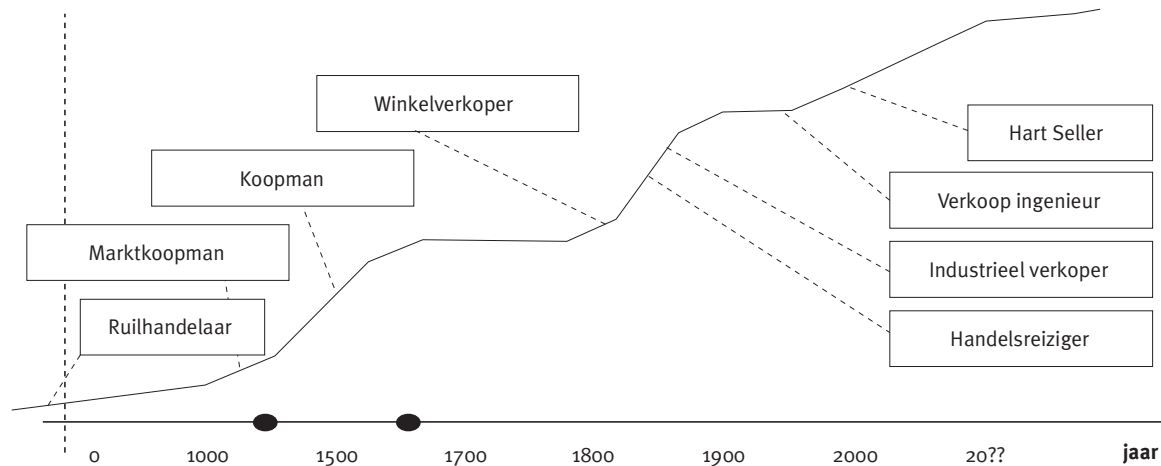
- De Eerste Wereldoorlog maakt meer slachtoffers in één oorlog dan er slachtoffers zijn gevallen in alle oorlogen in de eeuw daarvoor.
- In 1916 wordt Nederland getroffen door hevige overstromingen. Dit leidt tot maatregelen zoals de afsluiting van de Zuiderzee en de inpoldering van gedeelten daarvan.
- De wereldwijde economische crisis van 1929 zorgt voor extreme politieke instabiliteit, en dat terwijl de politiek als machtsfactor net vers in het zadel zit. Want het algemeen kiesrecht, eerst voor mannen en vanaf 1919 ook voor vrouwen, heeft net het levenslicht gezien. Een zware start voor politiek en overheid die juist hun machtspositie willen innemen als tegenspeler van bedrijfsleven en 'grootkapitaal'.
- Nederland is nauwelijks goed 'beraaid' of in 1903 vindt de eerste spoorwegstaking plaats. Deze massale staking leidt onder andere tot de definitieve doorbraak van de vak- en arbeidersbeweging.

- Overigens is Nederland vanaf 1870 in vijftig jaar tijd goed bereikbaar gemaakt door met name de trein.
- Een serieuze revolutiepoging in 1918 door SDAP-leider Troelstra wordt in de kiem gesmoord.

Er is uiteraard veel meer gebeurd, maar u krijgt zo wel een indruk van de turbulentie.

Verkopen is in diezelfde periode echt volwassen geworden. Aan het eind van de negentiende eeuw was verkoop lange tijd het sluitstuk van een geoliede producent. Europa hinkte hiermee enigszins achter de Amerikaanse stoet aan (behalve dan in het warenhuiswezen). Een innovatief voorbeeld was Michelin Frères (autobanden), die na 1920 zijn (technische) ingenieurs als verkoper ontsloeg en niet-technici in de verkoop aanstelde en trainde. Met een minimum aan technische knowhow rolden de verkopers de Michelinbanden bergopwaarts! Nederland had (ondanks de behoorlijke omvang van Philips) tussen de twee oorlogen eigenlijk geen 'technische' cultuur. Het was een voedings- en genotmiddelenland. Het professionalisme der verkopers werd vergroot door innovatieve verkoopleiders bij onder andere Van Houtens cacao-fabriek. Iets later startte

## VERKOPEN IN DE TWINTIGSTE EEUW



Levenscyclus van de verkoper

men bij Philips ook met verkooptrainingen. Blijkbaar was er behoefte aan het sterk professionaliseren van de verkoop.

De levenscyclus van de verkoper ziet er ruwweg uit, zoals in het schema wordt weergegeven.

Kenmerkend voor de periode tot de Tweede Wereldoorlog was het ontstaan van de merken, het perfectioneren van de productiemethoden en fabrieksprocessen (onder andere door Scientific Management en lopende banden), en het vergroten van de industriële capaciteit. Dit leidde tot lagere prijzen, waardoor steeds meer producten voor meer mensen bereikbaar waren.

### 3.1 Klaar voor de volgende golf?

De verdichting van de efficiency en de turbulentie begin twintigste eeuw waren voortekenen van een nieuwe golf, die de industriële golf overnam. Deze golf

noem ik de informatiegolf en deze golf diende zich steeds prominenter aan.

Karl Marx had eind negentiende eeuw de macht beschreven aan de hand van drie productiefactoren, namelijk Grond en grondstoffen (centraal in de prehistorie en de agrarische golf), waaraan vervolgens Arbeid werd toegevoegd (met name in de agrarische en industriële golf), wat weer leidde tot Kapitaal (kern van de industriële golf). Sinds enkele jaren praten we over de kenniseconomie, kenniswerkers, diensten en dienstverlening en ga zo maar door. Informatie is de vierde productiefactor van gewicht geworden.

Tijdens de informatiegolf komt het neer op 'Ik ben wat ik weet'. Het gaat er niet zozeer meer om of u produceert, want dat kan een beperkende gedachte zijn, die typisch bij de industriële golf hoort. In een kenniseconomie gaat overigens 'Ik ben wat ik weet' verder dan simpelweg het bezitten van kennis. Het gaat er niet zo-

zeer om welke feiten u kent, het gaat erom in hoeverre u weet wat u dient te weten. In hoeverre bent u in staat te achterhalen wat nodig is voor een volwaardig en gelukkig leven op dit moment? Weten is een hogere vorm van kennis en is een stap op weg naar wijsheid. Daarom is 'Ik ben wat ik weet' het thema voor de informatiegolf.

Ter illustratie: Vijf jaar geleden had tien procent van de medewerkers toegang tot de informatie van hun bedrijf. Over vijf jaar heeft honderd procent van de medewerkers en de klanten (!) toegang tot alle belangrijke informatie van het bedrijf. Dat is (begin 2000) de stellige overtuiging van Bjorn Algvist van het Zweedse Adviesbureau Intentia. En alles wijst erop dat het deze kant opgaat. Wat betekent dat voor uw rol als verkoper? Hoe zullen uw klanten u bekijken en beoordelen? Hoe kunt u hier actief in deelnemen?

Daarnaast verwacht men dat zelfs klanten in staat zullen zijn belangrijke informatie van organisaties te verkrijgen. Er is dus een soort kanteling gaande van 'alle informatie voor een kleine club' naar 'alle informatie voor iedereen binnen de eigen organisatie plus voor een groot deel van de klanten en contacten buiten de organisatie'. Kortom: informatie is het nieuwe toverwoord.

Overigens is het cruciaal om het verschil op te merken tussen informatietechnologie en informatie. Informatie staat per definitie los van de automatiseringsgraad, de toename van het gebruik van computers en netwerken, enzovoort. Informatie is het resultaat van de informatie- en communicatietechnologie, de ICT. Niet andersom!

Er is een aantal interessante lessen te leren voor de ko-

mende periode. Dit zijn de lessen voor de toekomst, verwacht men. En dit zijn de voorbodes van de informatiegolf.

### ***1. Verandert de conjunctuur in de eenentwintigste eeuw?***

Men heeft lang gedacht dat er na een hoogconjunctuur, een periode van hoge groeicijfers, onafwendbaar een periode van neergang komt. Op een zeker moment kan de productie de vraag niet meer bijhouden, worden de producten duurder, stijgen de lonen, daalt de vraag en koelt de economie af. Het succes wordt dan door 'oververhitting' gecompenseerd.

De informatiegolf wijkt op dit punt essentieel af van de industriële golf. Voorheen ging een product van producent naar consument doordat het werd verkocht. In de informatiegolf heeft de producent nog steeds hetzelfde product in handen wanneer u een softwareprogramma downloadt van internet of een softwareprogramma aanschaft. Dit noem ik voor het gemak het download-effect. Ook kennis en informatie verdwijnen niet als u ze verkoopt.

In de informatiegolf werkt productie dus anders dan in de industriële golf. Het aanbod van IT-producten bijvoorbeeld is eenvoudig aan te passen aan de vraag. Kenmerkend hieraan is dat de verkoper het product na levering niet kwijt is. Men kan onbepert blijven verkopen. Er ontstaat dus geen schaarste. Niet de prijs gaat omhoog, maar het aanbod gaat omhoog, zonder het mogelijke bijeffect van economische oververhitting.

Daarnaast wordt de consument steeds meer een onderdeel van het productieproces. Dit wordt wel 'prosumptie' genoemd en betekent letterlijk 'meewerken' en 'meebeslissen' van de consument in een productieproces. Voorbeelden hiervan zijn het bestellen van uw ei-



gen maatwerkjeans via de website van Levi's, uw eigen verzekeringspolis afsluiten via internet, en on line uw eigen krant samenstellen. Kortom, de scheiding van productie en consumptie vervaagt en vraag en aanbod raken met elkaar verweven.

Kunt u zich voorstellen hoe het genoemde download-effect en prosumptie de conjunctuur veranderen?

## **2. De waarde van het netwerk**

Het tweede verschil met de industriële golf wordt wel het fax-effect genoemd. De eerste persoon die een fax kocht, had daar in feite niets aan: zijn fax was waardeloos zolang er niet andere mensen waren die ook een fax gebruikten. Pas toen nog iemand een fax kocht, kreeg de eerste fax waarde, en daardoor de tweede ook. En zo breidde zich dat uit, naarmate er meer mensen waren die een fax hadden, werd de waarde van het netwerk groter.

Datzelfde geldt voor e-mails, softwarepakketten, netwerkproducten en netwerken in het algemeen. Kortom, hoe meer ervan worden verkocht, hoe meer waarde ze elk krijgen. Niet de schaarste creëert waarde in dit geval, maar overvloed creëert waarde, want 'veel' betekent in dit geval 'veel waard' in plaats van 'minder waard'. Bij materiële goederen, denk aan auto's, kleding en meubels, is het precies andersom. Wat destijds 'de wet van de afnemende meeropbrengst' heette, kan tegenwoordig 'de wet van de toenemende meeropbrengst' genoemd worden. Bovendien zijn de marginale productiekosten voor kennisproducten vrijwel nihil. Is het product eenmaal gemaakt en wordt het gedupliceerd, dan wordt het steeds goedkoper om het te maken.

## **3. Tijd- en ruimteonafhankelijk**

Een derde verschil tussen de informatiegolf en de industriële golf is de verschillende beleving van plaats en tijd. Voorheen was tijd een beperkende factor: de winkels waren maar beperkt geopend, men werkte van acht tot vijf, in het weekend werd er gerust. Kortom, er waren overzichtelijke grenzen wat de tijdsbesteding betreft. Dat is tegenwoordig niet meer zo. De komst van de vierentwintiguurseconomie creëert een andere tijdsbeleving. Deze 'continue beschikbaarheid' doet een steeds groter beroep op de flexibiliteit van mensen.

Daarnaast zijn plaats en ruimte niet langer relevant, want met de komst van de informatietechnologie kunt u iets kopen of raadplegen waar u ook bent. Iedereen kan op elk moment van de dag bij wijze van spreken de bibliotheek van de Universiteit van Tokio bezoeken. Iedereen kan ook een e-mail sturen naar de president van de Verenigde Staten ([president@whitehouse.gov](mailto:president@whitehouse.gov)), als hij dat zou wensen. U kunt bijvoorbeeld met allerlei internetdiensten op elke plaats ter wereld uw e-mail uitlezen of uw voicemail beluisteren. Kortom, tijd en ruimte worden tegenwoordig anders benut en anders ingedeeld dan vroeger.

## **4. Duurzame innovatie**

Een vierde verschil met de industriële golf (in het begin van deze eeuw met name) gaat over het credo 'meten is weten'. Met het toenemen van de turbulentie en de instabiliteit wordt het steeds moeilijker om processen efficiënter te organiseren. Efficiënt wil zeggen dat de zaken goed en soepel verlopen. De beste strategie om te overleven in de informatiegolf is zelf een constante en selectieve verstoring te creëren van alles wat we doen. We noemen dat duurzame innovatie. Dat betekent dat we continu op zoek zijn naar duurzame verbeteringen,

waardoor we niet meer afhankelijk zijn van een externe verstoring van ons proces. Zo bepalen we zelf het proces op een creatieve manier.

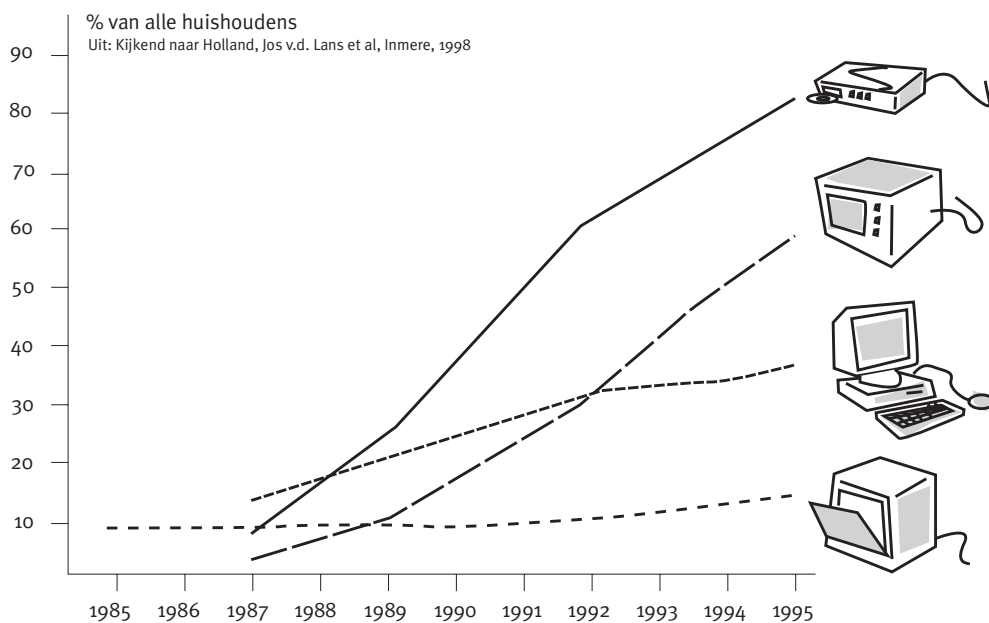
Metten leidt altijd tot het sturen van een proces op basis van historische informatie. U reageert naar aanleiding van het verleden. Bij duurzame innovatie creëert u telkens opnieuw uw eigen proces. Zo reageren we niet meer, maar creëren we.

Overigens zal de informatiegolf niet zonder slag of stoot ons bestaan veranderen. Er zijn nog obstakels uit de weg te ruimen. Een fors aantal ontwikkelingen is namelijk moeilijk met elkaar te combineren.

### 5. *Auto's in strijd met computers*

Wat dacht u van deze: Stel dat auto's eenzelfde ontwikkeling hadden doorgemaakt als computers en microchips en dat hun capaciteit vergelijkbaar was toegenomen. Dan kon u nu van uw woonplaats naar Mars rijden op één volle tank en was uw auto pas bij Jupiter aan de eerste grote beurt toe. Computers zijn namelijk in vijftig jaar tijd ongeveer honderd miljoen keer krachtiger geworden. Als de auto-industrie dezelfde vooruitgang had geboekt, dan zou de auto nu 0,01 cent kosten en sneller rijden dan het licht.

Ray Kurtweill (negen ervedoctoraten in de Verenigde Staten en Uitvinder van het jaar in 1999) noemt dergelijke verschillen in ontwikkelingstempo in zijn boek *The Age of Spiritual Machines* een van de obstakels die we nog moeten overwinnen.



**Nog meer apparaten**  
Het begon met een stofzuiger en een radio en het einde is nog lang niet in zicht. Een huishouden zonder apparaten is ondenkbaar geworden. De laatste snufjes die massaal worden aangeschaft zijn cd-spelers, in iets mindere mate magnetrons, pc's en wasdrogers.

Penetratie tijdsbesparende apparaten

### **6. Tijd en prioriteit**

Er zijn meer interessante dilemma's die spelen in de informatiegolf. Men koopt bijvoorbeeld steeds betere en meer apparaten, zoals wasmachines, vaatwasmachines en magnetrons. We willen hierdoor tijd winnen. Interessant genoeg blijkt uit allerlei onderzoeken, waaronder die van het Sociaal Cultureel Planbureau, dat sinds de komst van deze prachtige apparaten de tijdsbeleving ook veranderd is. Men heeft juist het gevoel dat er steeds minder tijd over is. We kopen apparaten, in de veronderstelling daar tijd mee te besparen, en de beleving van tijd wordt dat we steeds minder tijd hebben. Gaan we sneller dan de techniek? Verwachten we meer dan reëel is? Een interessant raadsel.

### **7. Meer nieuwe producten en minder succes**

Een uitvloeisel van de industriële golf is dat er van een product soms tientallen varianten zijn. Kijkt u maar eens naar het schap tandpasta: gewone tandpasta, tandpasta voor tandplak, voor gevoelig tandvlees, voor kinderen, voor kinderen met gevoelig tandvlees, met smaakjes, met kleuren, met stripfiguren, enzovoort. Kortom, er is een enorme overvloed. Frank Meijman, algemeen directeur van Sara Lee/Douwe Egberts in Nederland, stelde onlangs vast dat 'het aantal nieuwe producten sterk toeneemt, maar het afvalpercentage en de non-acceptatie van die nieuwe producten nemen nog sterker toe'. Blijkbaar stoppen we steeds meer geld in een overaanbod, en wordt dit aanbod steeds minder effectief. Hoever kan dit proces doorgaan? Wanneer keert de wal het schip?

### **8. De auto: een transportmiddel?**

Het aantal auto's dat gekocht wordt stijgt nog steeds. Het aantal kilometers dat ermee gereden wordt, stijgt ook nog steeds. Het aantal files waarin we terecht-

men stijgt het meest. De gemiddelde automobilist blijkt meer tijd in de auto door te brengen dan thuis bij zijn gezin. Een bijzondere uitkomst, nietwaar?

### **9. Incommunicado-middelen**

Communicatie houdt ons levend, wordt wel eens gesteld. En juist voor communicatie is het aantal middelen de afgelopen twintig jaar fors toegenomen. Waar we vroeger persoonlijke gesprekken voerden en post stuurden, bestaat het contact tegenwoordig uit fax op de zaak en thuis, telefoon op de zaak, thuis en onderweg (de mobiele telefoon), e-mail, voicemail, thuis, mobiel en op de zaak. Het aantal communicatiemiddelen en momenten om communicatie te ontvangen via voicemails of e-mails is dus sterk toegenomen. Er zijn zelfs combinaties ontwikkeld zodat u bijvoorbeeld uw e-mail via uw voicemail kunt aflezen of andersom. Dit lijkt allemaal de perfectie te benaderen.

Maar steeds meer mensen blijken het idee te hebben dat ze minder bereikbaar zijn en daarom juichen ze technologische ontwikkelingen toe. Het bewijs daarvan vormen onder meer de verkoop van het aantal mobiele telefoons, de toename van privé-websites en de toename van het e-mailverkeer. Dagelijks worden tien miljard e-mails verstuurd, en binnen drie jaar zal dat verviervoudigd zijn, verwacht men. Dus de communicatie-intensiteit neemt toe en het gevoel van bereikbaarheid neemt af. Communicatie wordt dus steeds meer incommunicado. Meer lijkt dus niet beter.

### **10. Hoe meer aanbod, hoe hoger de prijs!**

Weer een andere tegenstrijdigheid betreft het aantal hoogopgeleiden. Vijftig procent van alle jongeren volgt tegenwoordig een hogere of universitaire opleiding. Het aanbod van hoger opgeleiden neemt dus toe. Volgens de

oude wetten daalt het salaris, wanneer het aanbod toeneemt. Het omgekeerde is echter het geval. Het salaris stijgt mee met de toename van het aantal hoog opgeleiden. Hoe beïnvloedt de schaarste uw overvloed?

### 3.2 De informatiegolf

*Everything I want is on my print-out  
I don't need anything any more  
I'm not confused by useless knowledge  
I don't even know if it's 1984 for sure*

**Rick Wakeman in *Robotman*** (Rondor Music, R. Wakeman)

Kortom, er zijn enkele merkwaardige ontwikkelingen gaande. Deze leg ik uit als kenmerken van een nieuwe golf. Deze nieuwe golf, de informatiegolf, is ergens in de jaren tachtig begonnen. Het is een aardige geste aan George Orwell om de informatiegolf te laten starten in 1984. Want in 1949 voorspelde Orwell al wat er na 1984 zou gebeuren. Veel van de technologische ontwikkelingen en experimenten die hij beschreef, zijn nu gemeengoed. Denk aan camerabewaking op vrijwel elke hoek van de straat, gericht op iedereen en continu (ook al valt het ons niet op), en het tv-programma Big Brother.

Aan het eind van de jaren tachtig is ook het World Wide Web uitgevonden, en wel door Tim Berners-Lee. Robert Metcalfe dacht het principe van computernetwerken uit. De term 'internet' werd geïntroduceerd. Deze innovaties zijn mede de basis voor een essentieel andere periode waarin informatie de vierde productiefactor is geworden na grond en grondstoffen, arbeid en kapitaal.

De verkoper in de informatiegolf zal dus essentieel anders te werk gaan dan de verkoper in de industriële golf. Hoe 'de nieuwe verkoper' werkt, wat zijn kenmerken zijn, welke ontwikkelingen de functie van verkoper de afgelopen vijftig jaar heeft doorgemaakt en welke klantbehoeften daaraan ten grondslag liggen, wordt duidelijk in het volgende hoofdstuk.



# 4

## Selling cycles

*The line it is drawn  
The curse it is cast  
The slow one now  
Will later be fast  
As the present now  
Will later be past  
The order is rapidly fadin'  
And the first one now  
Will later be last  
For the times they are a-changin'.*

**Bob Dylan in *Times they are a-changin'*** (Sony Music Publishing)

De twintigste eeuw is de eeuw van de vooruitgang geweest. De verkoper heeft daarin een belangrijke rol vervuld. Als integrator van allerlei nieuwe elementen, als pionier op zoek naar grenzen en als handelsreiziger reizend van de ene partij naar de andere.

Zo is onze cultuur rijker geworden dankzij de verkoop. De 'moderne verkoper' zoals we die nu kennen, en die als de handelsreiziger van klant naar klant reisde, leerde lopen tussen 1885 en 1895. Aanvankelijk bestond er grote weerzin tegen elke soort verkoper. De klassieke Romeinen bijvoorbeeld wezen aan dieven en verkopers dezelfde godheid toe: Mercurius.

Het grappige was dat de Romeinen deze god van de kooplieden en van de dieven (de Grieken noemden dezelfde god Hermes) met gevleugelde voeten afbeeldden, omdat hij ook de 'bode' van de goden was. Als bood-

schapper bracht hij 'informatie' en dat was ook het domein van de dieven en bedriegers. Dat de antieken reeds begrepen dat de verkoop een informatierijk beroep zou worden, is een bewijs van hun verdragende blik.

Dit beeld werd later nog versterkt door de uitspraken van Desiderius Erasmus (1469-1536) in zijn *Laus stultitiae* (*Lof der Zotheid*) toen hij over de kooplieden schreef. Hij zei: 'Zij oefenen het zotst denkbare beroep uit en doen dit ook op de zotst denkbare manier.' De intellectuele elite in Frankrijk zei zelfs: 'De productie is edel en de verkoop is vulgair.' Kortom, het imago van de verkoper was er altijd een van weinig fatsoen, intellect of respect. Wellicht was de verkoper zelfs het stiefkind van de Industriële Revolutie. In essentie was die revolutie ervoor bedoeld om industrie en producten te ontwikkelen, en de verkoper was daar toevallig een exponent van, maar geen leidende factor.

De stereotype verkoper was een wat verdachte figuur, die we vooral kenden van kluchten, tv-komedies, reclames, enzovoort. Hoe die 'louche' verkoper van weleer zich opwerkte en ontwikkelde tot de huidige functie, is het onderwerp van de eerstkomende paragraaf, waarin ik stilsta bij selling in het algemeen.

Ik heb bewust voor het Amerikaanse begrip 'selling' gekozen omdat verkopen het grootste deel van zijn ontwikkeling in de Verenigde Staten heeft doorgemaakt. Dit selling-overzicht begin ik net na de Tweede Wereldoorlog. Vervolgens doe ik vier golven en vier manieren van verkopen uit de doeken.

## 4.1 Selling

De diepe crisis vóór de Tweede Wereldoorlog en de Tweede Wereldoorlog zelf zorgden economisch gezien voor enorme ontwikkelingen. Mede door deze maatschappelijke 'revolutie' was er na 1945 een gigantisch herstel in maatschappelijk, economisch en sociaal opzicht. Marshallhulp zorgde ervoor dat Europa weer snel een leefbaar gebied werd. En dat de levensstandaard voor veel Europeanen snel op een acceptabel niveau kwam.

### 4.1.1 De behoefte van de klant

Na de Tweede Wereldoorlog ontstond een enorme behoefte aan een goede voorziening van basisproducten, voeding, kleding, textiel, woningen en aan diensten zoals gezondheidszorg. Het was een inhaalslag na de moeilijke tijden tijdens de oorlog. Het ging primair om de beschikbaarheid van producten. Secundair was de kwaliteit van het product. Beschikbaarheid was belangrijker dan kwaliteit.

Met de toenemende arbeidsinzet ontstond ook een snel groeiende vraag naar recreatie. Men ging steeds vaker op vakantie en men begon te genieten van het leven, na het harde werken om de economie, de maatschappij en het leven weer op poten te zetten.

Een andere ontwikkeling in de behoefte was dat het aandeel van consumptiegoederen in de huishoudelijke bestedingen na de Tweede Wereldoorlog afnam. Het aandeel van duurzame gebruiksgoederen in de totale consumptie nam daarentegen toe. Vlak na de Tweede Wereldoorlog groeide de vraag naar goede kleding, textiel en schoeisel. Gaandeweg, in de loop van de jaren vijftig, werd het aandeel van overige duurzame goederen, meer luxegoederen zoals auto's, camera's en woninginrichting, steeds groter. Het draaide dus eerst om beschikbaarheid en verkrijgbaarheid en daarna om kwaliteit.

### 4.1.2 De concurrentie

De concurrentieslag werd met name uitgevochten op basis van de beschikbare productievoorzieningen en beschikbare producten. In de Tweede Wereldoorlog waren veel producten niet verkrijgbaar geweest. Na de oorlog werden die producten geleidelijk weer gemaakt en geleverd. De verkrijgbaarheid en beschikbaarheid van de producten waren daarom belangrijker dan de kwaliteit.

Primaire bedoeling van producenten was iedereen een zeker basispakket aan consumptieve goederen en duurzame gebruiksgoederen te leveren. De markt was groot genoeg. Hierdoor werd de concurrentie niet op het scherpst van de snede uitgevochten. In de loop van de jaren vijftig ontstonden wel veel innovaties waardoor de druk om sterker te concurreren, en de druk op de verkoper om de producten aan de man te brengen, toe-

nam Binnen één decennium nam de concurrentie dus sterk toe.

### 4.1.3 De mogelijkheid om zich te onderscheiden

De belangrijkste rol van de verkoper na de Tweede Wereldoorlog was zorgen voor afstemming van vraag en aanbod. Hij zocht zijn markten en zorgde ervoor dat zijn producten daar zo snel mogelijk, zo goed mogelijk en tegen zo laag mogelijke kosten werden aangeboden. Tijd was in die zin voor de verkoper belangrijker dan kwaliteit. Beschikbaarheid was ook daarin leidend.

De vraag was groot, het aanbod groeiend, en de verkoper de bemiddelaar om die twee op elkaar af te stemmen. De essentie van verkopen was distributie op de juiste manier ontwikkelen en penetratie bewerkstelligen: zoveel mogelijk producten bij zoveel mogelijk mensen onder de aandacht brengen en verkopen.

Het vermogen van de verkoper om zich te onderscheiden van zijn collega's werd wel groter naarmate het aantal innovaties toenam. De innovatiegolf van na de Tweede Wereldoorlog gaf hem daartoe ruimschoots de gelegenheid. In deze selling-golf was de verkoper primair gericht op het creëren van afzetkanalen, het vergroten van de penetratie van het aantal producten en het benutten van de beschikbare productiecapaciteit. Door de groei van het aantal innovaties namen steeds meer verkopers een andere rol aan. Welke andere rol, blijkt uit de tweede golf: 'Hard selling'.

## 4.2 Hard selling

De jaren zestig staan bekend als de tijd van revolutie: studentenopstanden, flower power, hectiek in de economie, ruimtevaart, Martin Luther King, John F. Ken-

nedy. Men wilde zijn leven verbeteren en ging op zoek naar een rustiger bestaan. De babyboomers van na de Tweede Wereldoorlog kwamen steeds vaker op plaatsen terecht waar de macht verdeeld werd. Ze lieten duidelijk weten dat ze een belangrijke factor zouden zijn in de 'nieuwe' maatschappij. Het leek of er een soort van verzachting in de maatschappij ontstond. Er kwam aandacht voor therapieën, men ging meer en beter nadenken, men ging vaker op vakantie en stond vaker stil bij wat er gebeurde. Kortom, er was meer aandacht voor de mens zelf.

### 4.2.1 De behoefte van de klant

Wat de bevrediging van behoeften betreft, er kwam steeds meer vraag naar kwaliteitsgoederen en goederen die het leven verder zouden verbeteren en veraangenaamen. Ook ontstond er meer aandacht voor het innerlijk. Men trok zich vaker terug en reflecteerde. Daarbij was een rol weggelegd voor onder meer kerken, praatgroepen en therapieën. Kortom, men ging zich meer richten op de vrouwelijke aspecten van het bestaan. Er kwam ook een einde aan discriminatie en gaandeweg trad er een algemene verzachting op in de behoeften.

In de basisbehoeften werd inmiddels redelijk voorzien. Verbreding van alle behoeften vond nu plaats. Productontwikkeling (nieuwe producten voor dezelfde doelgroepen) leidde tot diverse uitbreidingen. Het aantal vakanties en de lengte van de vakanties namen toe. De aandacht voor de gezondheidszorg en het persoonlijk welbevinden groeide. De uitgaven voor communicatie en woninginrichting stegen. Kortom, men beschouwde het leven steeds meer als een feest, dat men zelf kon inrichten zoals men dat wilde. Iedereen bepaalde zelf de lengte en de intensiteit van het feest.



### 4.2.2 De concurrentie

De concurrentie nam zienderogen toe. De productiecapaciteit was namelijk behoorlijk gestegen na de Tweede Wereldoorlog. Als gevolg daarvan kwamen er steeds meer producten en varianten hiervan. Deze producten wilden 'allemaal' een deel van de distributiekanaal, die na de Tweede Wereldoorlog actief waren opgezet. Aanbod en de distributie waren aanwezig, maar de vraag moest steeds vaker gecreëerd worden. De concurrentie nam dus toe, zowel op het vlak van distributie (om de producten in de distributiekolom te krijgen) als op dat van vraagcreatie. De kwaliteit van de producten werd beter, met als gevolg concurrentie tussen kwaliteitsproducten en de reeds beschikbare producten. Kortom, de concurrentie nam in ruim tien jaar tijd sterk toe. Dit had uiteraard consequenties voor de verkoper.

### 4.2.3 De mogelijkheid om zich te onderscheiden

De verkoper kreeg meer en meer een andere taak. Hij moest nu echt actief doelgroepen benaderen en klanten overtuigen en motiveren om producten aan te schaffen. Aangezien dit nieuw was voor de verkoper van weleer, zocht hij steeds vaker naar bijzondere verkoopstechnieken. Daardoor profileerde het vak verkopen zich aan het einde van de jaren vijftig verder.

Een interessant signaal hiervan is dat de eerste trainingsbureaus werden opgericht. De eerste verkoopspecialist was Jan Wage, min of meer de pater familias van de verkopers in Nederland. Halverwege de jaren vijftig startte hij met Raadgevend bureau Wage, speciaal voor trainingen van verkopers. Door de beroepsprofilering groeide de druk op de verkoper. Hij liet van zich horen en dus verwachtte men meer van hem. De producten waren er, en de producent veronderstelde dat de doel-

groepen er ook waren. Nu was het de taak van de verkoper om die twee bij elkaar te brengen.

Hard selling werd hiervoor de methode. Het ging erom dat de verkoper ervoor zorgde dat klanten de producten 'simpelweg' aanschafte. De klant mocht bij wijze van spreken nog wel zeggen wanneer hij de producten wilde aanschaffen, als hij ze maar aanschafte.

Hard selling is een verkoopstechniek waarbij de verkoper op een doelgerichte en harde manier zaken doet. Doel is primair de omzet en afzet te maximaliseren, ondanks of dankzij de klant. Resultaat telt.

Hard selling was ook een vorm van compensatie voor de verzachting van de maatschappij. Naarmate men 'democratischer' over producten dacht en klanten mondiger werden, ging de verkoper hardere technieken en tactieken toepassen.

Deze golf wordt nog steeds gedragen door diverse verkopers en bedrijven. Maar als reactie ontstond er ook een groeiende belangstelling voor 'intelligentere oplossingen'.

De groeiende zelfbewustheid van de verkoper leidde ook tot een verschuiving van zijn eigen rol. Hij beseftte dat hij een belangrijke verkennende rol naar markt mogelijkheden vervulde. Hij ontdekte dat hij bepalend was voor het commerciële succes van zijn bedrijf en voor zijn persoonlijke succes.

## 4.3 Smart selling

De jaren zestig en zeventig stonden in het teken van actief verkopen, van Hard selling. Van zoveel mogelijk producten verkopen aan zoveel mogelijk mensen.

Naarmate de technologische innovatie voortschreed, werden de mogelijkheden van de verkopers van weleer verder beperkt.

In de jaren zeventig kwam er een economische terugslag. De oliecrisis had daar een belangrijke rol in. Gaandeweg kwam men tot het inzicht dat de manier waarop er tot dan toe verkocht werd, aangepast moest worden. In eerste instantie ging men nog resultaat- en doelgerichter verkopen. Hard selling nam enorm toe. Het werd nog harder, verkopers gingen meer met targets, doelstellingen, quota, enzovoort werken. Door prestatiebeloningssystemen werd dit proces verder gestimuleerd.

Daarnaast werden de producten slimmer. Of in marketingtermen: er vond productontwikkeling en innovatie plaats. Het aantal producten met bijzondere eigenschappen nam toe. Illustratief is bijvoorbeeld het traditionele horloge, dat allerlei exotische familieleden kreeg:

- verschillende functies: countdown, alarm, stopwatch,
- andere technologie: digitaal of analoog,
- ander formaat: dik of dun, of
- andere aandrijving: op batterij of spierkracht.

Ook deden de eerste computers hun intrede, en werden kleurentelevisies wijd en zijd geaccepteerd. Men raakte geïnteresseerd in videorecorders en steeds meer producten werden aangeschaft om het leven te vergemakkelijken en te veraangemen. Die producten boden over het algemeen ook steeds meer slimme mogelijkheden.

### 4.3.1 De behoefte van de klant

In de loop van de jaren zeventig en tachtig nam de macht van het individu toe. Als voortvloeisel uit de jaren zestig ging men ervan uit dat iedereen zelf verantwoordelijk was voor zijn leven. Dit leidde ertoe dat steeds meer consumenten een belangrijke rol gingen spelen in het commerciële proces. De consument ontdekte dat hij zelf bepaalde wat hij kocht en niet de verkoper. Consumentisme deed zijn intrede en droeg zeker bij tot het ontstaan van hogere normen en waarden in het commerciële verkeer. De behoeften van klanten richtten zich op nog betere producten, producten die het leven aangenamer maakten, met een grotere beschikbaarheid, met goede informatie en afkomstig van een betrouwbare leverancier. De combinatie van deze eisen zorgde ervoor dat de concurrentie steeds heviger werd. De consequentie was weer een toename van het aantal innovaties. Voorbeeld hiervan is de auto: de veiligheid werd groter (behoefte aan zekerheid tijdens transport), hij werd zuiniger (mede door de oliecrisis), het uiterlijk veranderde (meer design en oog voor het uiterlijk), de klantgerichtheid van autodealers nam toe, enzovoort.

### 4.3.2 De concurrentie

Men ontwikkelde ook steeds slimmere methoden om het contact met klanten te versterken. Reclame nam een enorme vlucht, sponsoring deed zijn intrede, sales promotion (in de winkels) nam toe, er kwam steeds meer marktonderzoek en onderzoek naar consumentengedrag. Het koopproces werd verder geanalyseerd: hoe waren het communicatie-, het aankoop- en het gebruiksgedrag. De hoeveelheid informatie nam toe en het inzicht in het koopproces groeide.

Door de toegenomen hoeveelheid informatie, de andere normen en waarden die klanten hanteerden en de gestegen promotiedruk werd de concurrentie 'moordend'. Het aantal nieuwe producten groeide nog immer, waardoor de concurrentie verder toenam. Zo steeg de prijsdruk en dat terwijl steeds meer bedrijven steeds grotere investeringen deden en risico's namen om de juiste producten aan de man te brengen. Al deze factoren zorgden voor een verdichting van de concurrentie. In alle elementen van de marketingmix was de concurrentie sterk: in de prijs, de promotie, de distributie en het product zelf.

De concurrentie in de distributie nam sterk toe. Steeds meer grote fabrikanten van bijvoorbeeld levensmiddelen gingen verkopen via groothandels, via retailketens én zij gingen steeds vaker via internet verkopen en een extra Direct Sales Force opzetten. Procter & Gamble en Sara Lee bijvoorbeeld zetten hun eigen Direct Sales Force op en benaderden daarmee rechtstreeks de consumenten.

Van oorsprong afgebakende kanalen kwamen ineens allemaal bij hetzelfde eindpunt terecht. En die klant moet dus voor één product zelfs concurrentie ontvangen vanuit verschillende kanalen. De concurrentie zit derhalve niet alleen meer tussen de producenten, maar de concurrentie zit nu ook tussen de kanalen. Waar gaat dat heen?

Een voorbeeld van prijsconcurrentie was de aanval van de Japanse auto-industrie. Zij leverde tegen een aanzienlijk lagere prijs veel meer waarde. Nog steeds staan de Japanse auto's bovenaan in de Consumentengids-overzichten voor de meest betrouwbare wagen en de gunstigste prijs-kwaliteitverhouding.

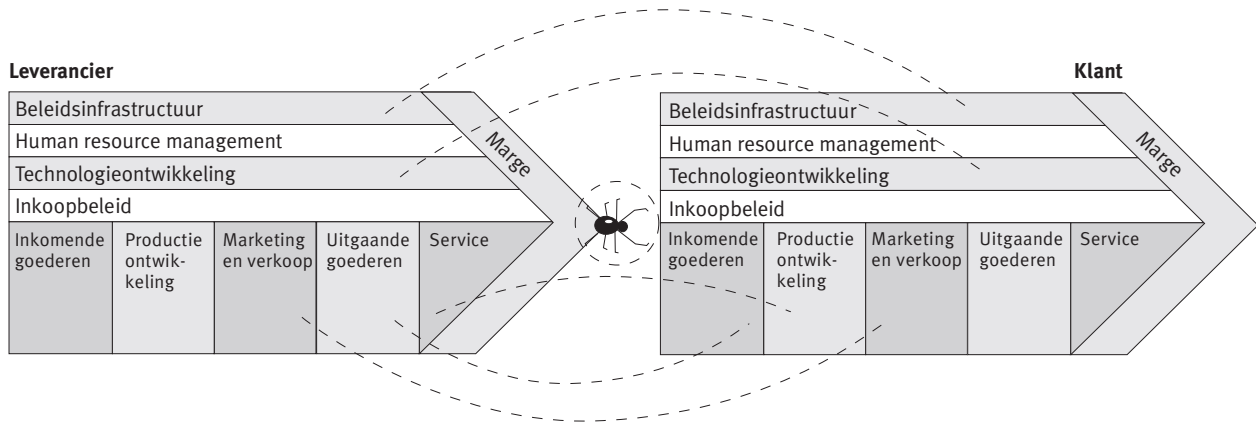
Ook op het gebied van promotie nam de concurrentie toe. Het werd een woud van promotieprikkels: klanten werden via steeds meer kanalen op steeds meer manieren en momenten met verschillende boodschappen bestookt. Dat was het spel tijdens deze periode. Een voorbeeld met rookworst: Unox maakt reclame op de tv, dat is redelijk 'normaal'. Daarnaast is Unox regelmatig prominent aanwezig in de winkels met displays en andere aandachttrekkers, sponsort zij de traditionele nieuwjaarsduik en deelt ze Unox-mutsen uit bij de Elfstedentocht. Ook bij de jaarlijkse schaatskampioenschappen duiken de Unox-mutsen op. Kortom, je bent een knappe kop als je géén Unox meer ziet. Zo'n muts is dan nog best een handig idee, maar dan over je ogen ...

Er bestaan zelfs voorbeelden dat *op* voedingsmiddelen reclame gemaakt wordt voor andere producten: op appels zit een sticker die reclame maakt voor de introductie van bijvoorbeeld een nieuwe zuiveldrank. Kortom, in de jaren tachtig en negentig gaan producenten steeds verder en worden ze steeds slimmer in het beïnvloeden van consumenten en klanten.

### 4.3.3 De mogelijkheid om zich te onderscheiden

De klantgerichtheid en klantvriendelijkheid doen ook hun intrede in de jaren zeventig. Na de diepe economische crisis in het begin van die jaren ontdekte men dat de klant bepalend was voor het succes van elke onderneming. Dit is een erfenis van de bestseller *Excellente ondernemingen (In Search for Excellence)* van Peters & Waterman. Dit bestverkochte managementboek aller tijden gaf helderheid over de vraag wat 'de adelaars van de kippen' onderscheidt. Een greep uit de belangrijkste kenmerken van excellente ondernemingen van toen: actiegerichtheid, oprechte klantgerichtheid, autonoom

## SELLING CYCLES



### Spin in web met waardeketens (Sales Management blz 160)

mie en ondernemersgeest, hoge inzet van mensen en hoge waardering van mensen. Voor de verkoop was met name de klantgerichtheid een belangrijke pijler voor verder succes.

Er veranderde ook iets in het commerciële proces tussen verkoper en koper. Zoals gezegd, was het voor de verkoper steeds moeilijker om zich te onderscheiden. De oplossing was om bijzondere, onderscheidende technieken te ontdekken en te ontwikkelen om toch een effectief contact met de klant op te kunnen bouwen. Zo'n oplossing was accountmanagement. Er werden specialisten opgeleid en ingezet om belangrijke klanten op de juiste manier te bedienen en om de relaties tussen de klant en de organisatie te versterken. De accountmanager werd de manager van alle contacten tussen de organisatie van de klant en de eigen organisatie. Hij functioneerde als een spin in een web. Ook telefonische verkoop deed zijn intrede in de jaren tachtig. Enerzijds om de buitendienstverkoper te ontlasten, anderzijds om kleinere organisaties nog efficiënter te be-

dienen. Deze verkoopwijze bespaarde de verkopers een bezoek aan de klant en was meer in balans met de ordergrootte.

Zelfs evenementen werden ingezet om klanten te betrekken bij de activiteiten van de organisatie. Een prachtig voorbeeld van Smart selling wordt geleverd door Nashuatec, de kopieermachineleverancier uit Den Bosch. In de jaren tachtig was zij enorm succesvol o.a. door de inzet van twee pijlers.

De ene pijler was de sponsoring van de Bossche basketbalclub Nashua Den Bosch, wat in zeer korte tijd een enorme naamsbekendheid opleverde. Daarnaast kreeg Nashuatec de mogelijkheid om samen met klanten de basketbalwedstrijden te bezoeken. Bij die bezoeken hoorden ook eten, drinken en vertier. Van deze mogelijkheid werd gretig gebruik gemaakt.

De andere pijler was een oprechte en goed georganiseerde aandacht voor bestaande klanten. Voor de Large Ac-

counts (de top 100-organisaties) waren er speciale 'After Sales Teams' opgericht. Deze teams werden aangestuurd door een accountmanager. Een After Sales Team bestond uit vrouwen tussen de vijfentwintig en vijfendertig, die de dagelijkse contacten onderhielden met de belangrijkste contactpersonen bij het account. Deze dames reden rond in bijzondere wagens (Volvo's 480), waren goed gekleed, hadden een goede opleiding genoten en zagen er verzorgd uit. Deze ambassadrices slaagden erin de belangrijkste contacten op een slimme manier te organiseren, uit te diepen en te benutten. Zo versterkten zij de commerciële band met de klant.

Kortom, een schoolvoorbeeld van Smart selling: met intelligentie en creativiteit werden het verkopen en de verkoper bijzonder succesvol. Deze loftrompet zal ik nog regelmatig blazen voor andere succesvolle bedrijven.

Maar Smart selling kan ook te ver doorslaan. In het Bluewater Shopping Centre in Kent (Groot-Brittannië)

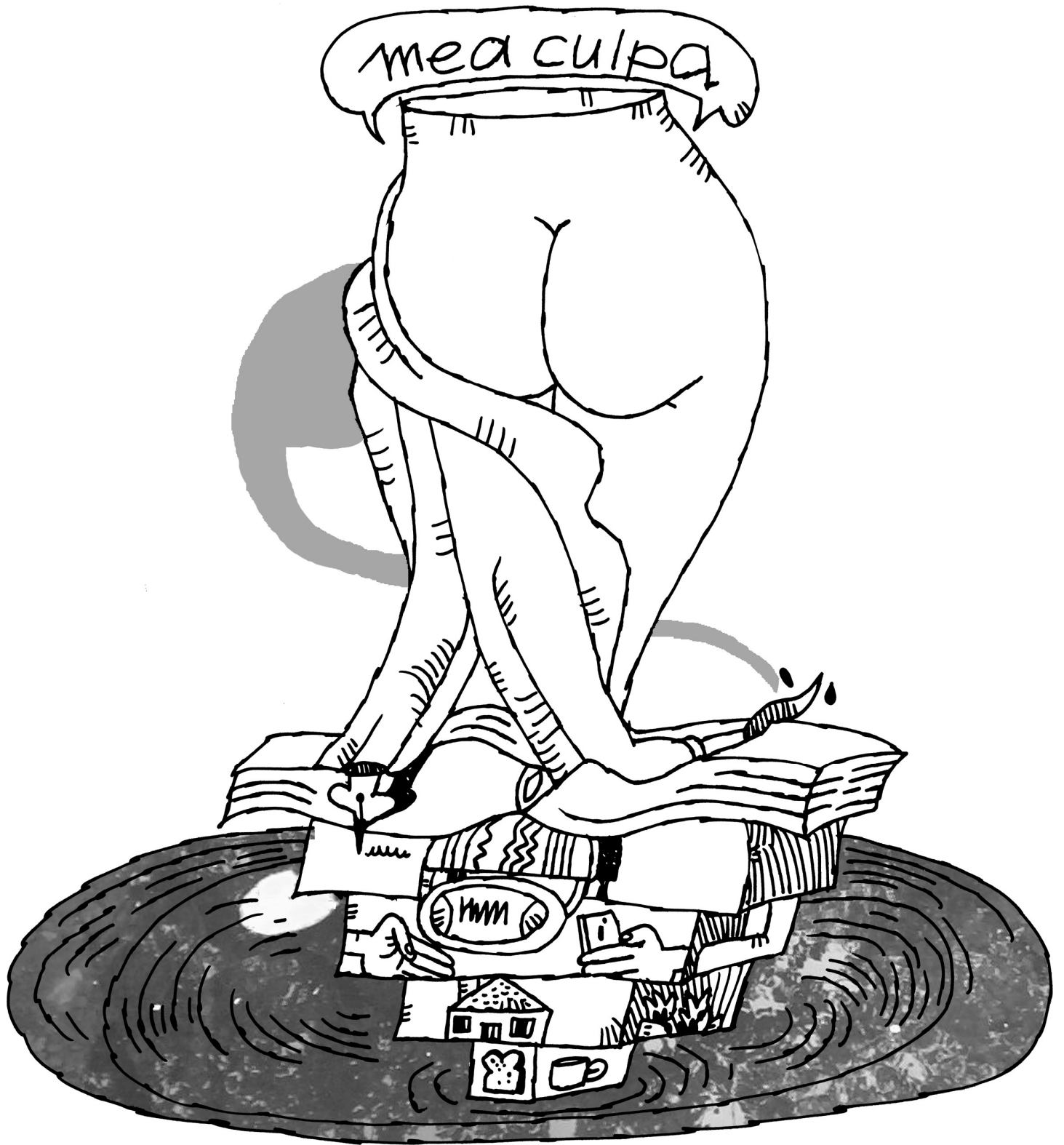
neemt het aantal bezoekers af. Men heeft daarom een soort ei van Columbus gezocht én gevonden. Men heeft ontdekt dat bezoekers plezier willen hebben. Dat is op zich al een revolutionaire vaststelling ... De oplossing? Vanaf maart 1999 is daar geëxperimenteerd met een heuse mannencrèche.

De vrouwen brengen hun mannen naar die crèche waar ze onbeperkt bier kunnen drinken, voetbal kunnen kijken op tv en videospelletjes kunnen doen. Als moeder de vrouw dan klaar is met boodschappen, haalt ze hem weer op en gaan ze samen naar huis. Dit was een serieus experiment en de afloop is mij niet bekend. Het zou mij niet verbazen, wanneer dit ei weer teruggestopt is in Columbus.

Maar er is, naast de huidige kansen en mogelijkheden, zoals onder meer geïllustreerd door de gegeven voorbeelden, nog meer op til ...

## 4.4 Overzicht verkopen door de eeuwen heen

	<b>Prehistorische golf</b>	<b>Agrarische golf</b>	<b>Industriële golf</b>	<b>Informatiegolf</b>
<b>Verkoper</b>	Iedereen, met een overschot	Iedereen met bezit, enkele specialisten	Specialisten, technische experts	Iedereen met informatie
<b>Persoon</b>	Bemiddelaar, barterer	Handelaar, reiziger	Onderhandelaar, pionier	Relatie-expert, originele verkoper (letterlijk)
<b>Product</b>	Wisselend	Partijen	Uniform/massa	Klantspecifiek. 'Prosumert' (consument die mede produceert)
<b>Doel</b>	Overschot verkopen	Overschotten kopen en verkopen	Klanten vinden en geld verdienen	Bestendige relaties creëren en uitbouwen
<b>Werkwijze</b>	Ongeorganiseerd en ad hoc. Afhankelijk van het aanbod. Alleen bartering	Combineren van vraag en aanbod o.b.v. aanbod. Opkomst van geld als uniform ruilmiddel	Georganiseerd in gilden, kamers, enz. Geld als ruilmiddel	Vraag is steeds meer leidend, waarde van het product en persoonlijke waarden bepalen de tevredenheid
<b>Focus</b>	Aanbod	Aanbod en af en toe de vraag	Aanbod en regelmatig de vraag	Vraag



med culpa

# 5

## Verkopen in de eenentwintigste eeuw

*The sky was all purple, there were people runnin' everywhere  
Tryin' 2 run from the destruction, U know I didn't even care  
Cuz they say 2000 zero zero party over, oops, out of time!  
So 2night I'm gonna party like it's 1999!*

Prince in 1999 (Controversy Music)

Met veel gevoel voor drama is de eenentwintigste eeuw geïntroduceerd. De hele wereld was in rep en roer bij het aanbreken van die dag en hield zich onledig met de vraag welk eiland in de Stille Zuidzee als eerste het nieuwe millennium inging. Ook in de IT-industrie is er driftig meegeblazen in de orkestbak. In totaal heeft het bedrijfsleven alleen al in de Verenigde Staten \$ 200.000.000.000 uitgegeven om een zogenaamde 'millenniumbug' op te sporen en mogelijke problemen op te lossen. En wie schetst onze verbazing? Op en na 1 januari 2000 is er niets noemenswaardigs gebeurd. Er waren een paar data gewijzigd op een paar websites, een enkele koelkast ontdooide spontaan en er waren heel wat grappige anekdotes over systemen die een andere datum lieten zien, maar dat leverde geen opzienbarende effecten op. Er werden zelfs nog discussies gevoerd over de vraag of de eenentwintigste eeuw nou in 2001 begint of in 2000, want het jaar nul telt eigenlijk niet mee.

### 5.1 Sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen

Kortom, is er nu een nieuwe golf ingezet met de komst van de eenentwintigste eeuw, of zitten we nog te wachten op iets wat komen gaat? De vraag is in feite of een millenniumwisseling op zichzelf tot een groeisprong leidt, omdat de datum 'bijzonder' is. Eerst zet ik een paar stappen buiten de verkoop: naar Elton John, de politiek, de kerk, het milieu, banden en Chevrolet.

#### 1. Gevoel op topniveau

Er is een aantal opmerkelijke zaken gepasseerd de afgelopen jaren. Wat dacht u van de volgende gebeurtenissen: eind jaren negentig sterft prinses Diana. Ze wordt de 'queen of hearts' genoemd en heeft een enorme schare 'aanhangers'. Dit is uniek voor een lid van een koninklijke familie en zeker voor een lid van het Britse Koninklijk Huis. Voor haar uitvaart componeert Elton John een lied en de cd-single *Candle in the Wind* gaat 32 miljoen keer over de toonbank, in enkele weken



tijd. Nooit eerder zijn er in zo'n korte tijd zoveel exemplaren van een lied verkocht.

*Goodbye England's Rose  
May you ever grow in our Hearts.  
You were the grace that placed itself  
Where lives were torn apart.  
You called out to our country,  
And you whispered to those in pain.*

*And even though we try,  
The truth brings us to tears;  
All our words cannot express  
The joy you brought us through the years.*

*Goodbye England's Rose,  
From a country lost without your soul,  
Who'll miss the wings of your compassion  
More than you'll ever know.*

**Elton John in *Candle in the wind*** (Dick-James Music,  
B. Taupin, E. John)

In de twee jaar hierna volgt nog een enorme golf van ontgooiing. De van oorsprong bijzonder traditionele Japanse keizer biedt Nederland zijn excuses aan voor het geleden leed in de Tweede Wereldoorlog. Kort daarna zegt premier Kok dat het hem spijt wat Nederland Indonesië aangedaan heeft tijdens de politioenele acties, eind jaren veertig. Bill Clinton moet openlijk zijn ongelijk bekennen en de waarheid uiteindelijk vertellen: een Amerikaanse president met de billen bloot, in overdrachtelijke zin dit keer. De paus spreekt zelfs een algeheel mea culpa uit naar aanleiding van wat er de afgelopen eeuwen gebeurd is in naam van de Kerk. Noord- en Zuid-Korea zijn officieel in staat van oorlog

sinds de Tweede Wereldoorlog. Een van de weinige plaatsen ter wereld die nog een serieuze exponent zijn van de Koude Oorlog. In april 2000 forceren Kim Jung Il, de Noord-Koreaanse president, en zijn Zuid-Koreaanse ambtgenoot, Kim Dae-Jung, een doorbraak in de wereldgeschiedenis. Zij ontmoeten elkaar en onderhandelen over een vorm van samenwerking. En daarmee is er een ontgooiing in gang gezet in de uiterst koele relatie tussen de twee landen.

Staan we nu aan de vooravond van een bijzonder interessante nieuwe tijd of zijn het allemaal toevalligheden?

## **2. Groeiende politieke onvrede**

De opkomst bij de verkiezingen is de afgelopen keren laag. Het aantal mensen dat lid is van een politieke partij is wellicht illustratief. De Vereniging tot Behoud van Natuurmonumenten bijvoorbeeld heeft meer leden (meer dan 800.000) dan alle politieke partijen samen. En over verkiezingen gesproken: de presidentsverkiezingen in de Verenigde Staten worden slachtoffer van hun eigen media en juridisch geweld. Denk aan de uitkomst en het verloop in Florida. Ironisch genoeg controleren de Verenigde Staten overal ter wereld of verkiezingen soepel en betrouwbaar verlopen.

De kans bestaat dat dit allemaal toevalligheden zijn. Verderop in het boek ga ik dieper in op toeval, toevalig.

Het is een bekend menselijk principe dat we liever niet veranderen. Zo kreeg Howard Rackham, advocaat van Henry Ford, in 1903 het advies van de president van de Michigan Savings Bank om géén geld te investeren in Fords automobiefabrieken. Want, zei hij: 'The horse is

here to stay, the automobile is only a fad.' Het paard, daar zullen we het mee moeten doen. De auto? Reken er maar niet op. Rackham deed niets met dit advies, investeerde vijfduizend dollar in Ford en verkocht dit aandeel later voor twaalf en een half miljoen dollar. Het gaat erom wat u bereid bent te geloven. En of u risico's durft te nemen.

### 3. Banden en brandstoftanks

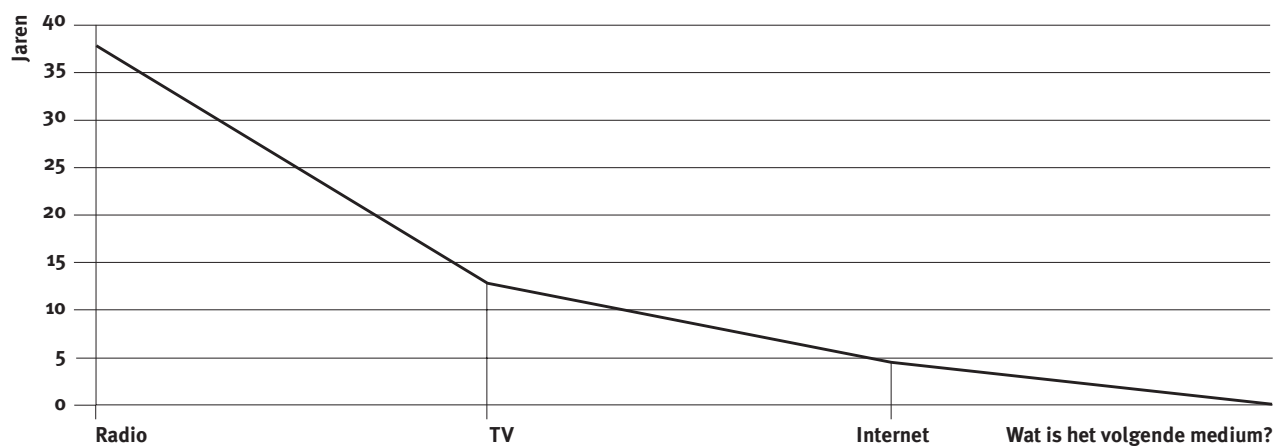
In de industrie worden de risico's die worden genomen, steeds groter. En dit verloopt niet altijd zonder tegenschot. De consequentie van enkele risico's is in 2000 bekend geworden. Ford, de automobielfabriek, en Firestone, de bandenfabrikant, moeten duizenden auto's terugroepen naar de garage, omdat er problemen zijn met de banden. Dit leidt tot enorm gevaarlijke situaties en heeft zelfs al levens gekost.

Een ander voorbeeld van 'ingecalculeerde' risico's komt ook uit de automobielsector. General Motors moet

bijna 1,5 miljard euro schadevergoeding betalen aan de nabestaanden van zes slachtoffers die in 1993 bij een ongeluk omkwamen. De tank van hun Chevrolet explodeerde. En de rechter achtte het bewezen dat de fabrikant de benzinetank uit winstbejag op een gevaarlijke plaats in de auto had gemonteerd. Een aanrijding leidde tot de explosie van de tank en de tragische dood van deze zes personen. De ontwerper van de fabrikant had berekend dat het goedkoper zou zijn eventuele slachtoffers van een benzinetankexplosie schadeloos te stellen dan om de tank te verplaatsen. Bekruipt u ook een vervelend gevoel? Wat is hier toch aan de hand?

### 4. De snelheid en de overdracht van informatie

Ook met de acceptatie van nieuwe technologie is er wat aan de hand. Het heeft een jaar of veertig geduurd voordat de radio vijftig miljoen luisteraars had in de Verenigde Staten. De televisie deed er dertien jaar over om vijftig miljoen kijkers aan de buis te kluisteren. Internet is erin geslaagd om binnen vijf jaar vijftig mil-



Snelheid van acceptatie van informatieoverdrager (om het aantal te bereiken van 50 miljoen gebruikers)

joen gebruikers te hebben in de Verenigde Staten. Hoeveel jaar zal de volgende technologie voor zijn intrede nodig hebben? Of kan de technologie de volgende stap niet meer bijbenen ...

### 5. *Producten met gevoel*

Het wordt steeds belangrijker om producten te creëren die veilig, betrouwbaar en waardevol zijn en die gerespecteerd worden. Een prachtig voorbeeld van deze eis is de Alessi-lijn huishoudapparaten van Philips. Een koffiezetapparaat wordt ineens een rondborstige metgezel voor in de keuken in allerlei prachtige kleuren. Een broodrooster verandert in een prachtige bol die warme broodjes produceert. Een thermoskan staat als een soort van kunststuk in de kamer, zelfs als er geen warme drank in zit. Philips is erin geslaagd om producten weer gevoel te geven. De schoonheid van deze producten appelleert direct aan onze elementaire behoeften.

Een aantal kernbegrippen valt op in de genoemde voorbeelden. Het gaat om snelheid, creativiteit, schoonheid, kwaliteit en inventiviteit. Zoals u kunt zien is elk bedrijf en elke organisatie bezig om een unieke positie in te nemen of een unieke positie te creëren.

## 5.2 Het effect op de verkoper

In de praktijk ligt dan de bal nu bij de verkoper. Het is zijn taak om de klant ervan te overtuigen dat het product of de dienst goed aansluit bij de behoeften van de klant. Op het moment en op de manier en tegen de voorwaarden van die klant en liefst in de overtreffende trap.

Cruciaal in dit proces is informatie. Als de verkoper de juiste informatie op het juiste moment naar de juiste

persoon op de juiste manier communiceert, dan ervaart die persoon deze informatie al snel als waar en handelt hij dienovereenkomstig. Het probleem daarbij is dat concurrenten hetzelfde pogen. Zij zullen ook die snelheid, inventiviteit, creativiteit, kwaliteit en schoonheid inzetten om eenzelfde positie in het brein van de klant te bewerkstelligen.

Maar er is een informatieprobleem. Wist u dat we tegenwoordig op één dag meer informatie krijgen dan een middeleeuwer in zijn hele leven? Dat we negentigduizend gedachten op een dag hebben, en dat dit aantal waarschijnlijk nog toeneemt ook? En dat we dagelijks duizenden signalen op ons af krijgen naast die gedachten? En wist u dat we alles bij elkaar elke seconde twee miljoen bits op ons afgevuurd krijgen? Voelt u eens aan de stoel of bank waar u op zit, hoe is de temperatuur, hoe voelt de lucht. Ruikt u iets bijzonders? Welke kleuren ziet u? Zit u nog steeds lekker? Zitten er mensen bij u? Wat staat er verder in de ruimte? Wat valt u op? Twee miljoen bits per seconde komen ons systeem binnen. En we zijn maar in staat om 134 bits per seconde te verwerken, blijkt uit onderzoek.

Er zit dus een enorme discrepantie tussen de hoeveelheid input en de hoeveelheid informatie die we kunnen verwerken. Deze wrijving speelt niet alleen bij kopers, maar waarschijnlijk ook bij u als verkoper. Een aardig voorbeeld van de manier waarop bedrijven op deze toegenomen complexiteit inspelen is de claim van het telecombedrijf *Ben*. *Ben* houdt het voor de klant simpel.

Er is nog een andere, meer logische beschrijving van de ontwikkeling bij verkopers en kopers. U mag voor een keer een hoofdrol spelen in de film over de *Titanic*.

### 5.3 Waar haalt Abraham de mosterd?

*Near, far, wherever you are  
I believe that the heart does go on  
Once more you open the door  
And you're here in my heart  
And my heart will go on and on*

**Celine Dion in *My heart will go on* (soundtrack van de film *Titanic* - Fox Music Publishing, EMI Music Publishing Ltd )**

'Een musicus moet muziek maken, een kunstenaar moet schilderen en een dichter moet schrijven, wil hij uiteindelijk in vrede met zichzelf leven,' zei Abraham Maslow net na de Tweede Wereldoorlog. Maslow was ongetwijfeld een van de belangrijkste motivatie-experts tot nu toe. En Maslow heeft een relatie met de *Titanic*. U vraagt zich misschien af: 'Wat voor relatie is dat dan?' Gaat u mee, gaan we samen aan boord voor een denkbeeldige reis.

Op 14 april 1912, een prachtige en gedenkwaardige dag, gaan we aan boord van het onzinkbare schip de *Titanic*. Er is jaren aan gebouwd en men claimt dat we aan boord zijn van het veiligste schip ooit. We gaan met z'n allen feesten, drinken, eten, plezier maken, kortom, we hebben een prima tijd. Tot het onfortuinlijke moment aanbreekt. De *Titanic* raakt nabij New Foundland een ijsberg. En niet zomaar een ijsberg, maar zo'n scherpe ijsberg dat de *Titanic* zinkt. Het drama dat dit oplevert kent u. Wellicht heeft u de film gezien.

Maar gelukkig slagen wij erin een bootje te bemachtigen, u een bootje en ik een bootje, we hebben allebei een eigen bootje. En die bootjes gaan drijven. Eén dag op zee, nog een dag op zee, het was vlak bij New Found-

land waar het gebeurde, en dus is het bijzonder koud. We vechten voor ons leven en houden het nog een dag vol. De derde dag, weer alleen maar zout water, enorme vlakten om ons heen, alleen maar water. Continu zien we water om ons heen. Tot er op de vierde dag ergens in de verte een eiland opdoemt. U bent uitgeput, u hebt alleen maar meer dorst gekregen door zout water te drinken en toch slaagt u erin om met uw boot bij dat eiland terecht te komen. Oververmoeid, uitgedroogd, uitgeput, helemaal kapot bereikt u het strand.

Wat denkt u, wat doet u dan op het eerste moment dat u daar aankomt? Wat zou u het liefst willen hebben?

De meeste mensen zouden dan het liefst even rust willen. Even liggen, vaste grond onder de voeten voelen, een beetje drinken, wellicht wat eten, kortom, even tot uzelf komen. Laten we ervan uitgaan dat dat lukt. U krijgt water, u gaat op zoek, en wat dacht u? Er zijn palmbomen, fruitbomen en meer. En u slaagt erin om wat eten te verzamelen. Heerlijk. Uw buikje is weer een beetje gevuld. U vindt zelfs zoet regenwater, en u drinkt zoveel u kunt en gaandeweg begint u zich weer een beetje uzelf te voelen. Dat is voorlopig geregeld, maar u zit daar wel in uw eentje op dat eiland. En overdag is het wel warm, maar 's nachts koelt het behoorlijk af.

Wat dan? Waar gaat u naar op zoek? Wat wilt u dan hebben?

Inderdaad. U gaat op zoek naar een veilige plek. Een plaats waar u rustig kunt slapen, waar u overdag uit de zon kunt zitten, beschut, en waar u in staat bent de hele reis die u heeft meegemaakt op een rij te zetten. U gaat op zoek naar veiligheid en rust. En u maakt een

prachtige hut met materiaal dat u daar vindt: bladeren, takken, bomen. Kortom, u gaat een eigen onderkomen maken. Nou, daar zit u dan een paar dagen, en u hebt te eten en te drinken, u zit daar rustig, het weer blijft mooi, 's nachts is het wel wat koud, maar u kunt slapen met een dak boven uw hoofd. Al met al ontstaat er zelfs enige regelmaat in uw 'nieuwe' leven.

Wat is dan de volgende wens? Waar wilt u dan nog naartoe? Ja, misschien naar huis, maar in uw eentje redt u dat niet.

Wellicht zijn er andere mensen op het eiland. Zou het kunnen zijn dat u geïnteresseerd bent in andere mensen? Dat u contact zoekt met andere mensen? U gaat op zoek. U gaat op onderzoek uit, u maakt een ontdekkingsreis over het eiland. En wat ontdekt u? U komt een stam tegen, een vriendelijke stam en u legt contact met hen, en zij staan voor u open. Uw sociale behoeften worden op dat moment bevredigd. U wordt zelfs opgenomen in hun groep. U voelt u zelfs weer mens tussen deze mensen. Kortom, de behoeften die worden vervuld, breiden zichzelf uit: u hebt eten en drinken, u hebt een onderkomen, en u hebt nu zelfs contact met mensen en u voelt zich gerespecteerd en gewaardeerd. De eilandbewoners willen zelfs met u communiceren en proberen met handen en voeten banden aan te knopen en informatie uit te wisselen.

Dat gaat zelfs zo goed dat u op een gegeven moment ziet dat u hen kunt helpen, met uw kennis en kunde van uw vorige leven. U ziet dat er zaken zijn, zoals het bouwen van hun hutten, het creëren van een dorp en het verbeteren van hun leefomstandigheden, waarbij u hun wel wat tips kunt geven. Ze geven u de gelegenheid om uw kennis over te dragen en u helpt hen om

een nog beter leven te creëren. Gaandeweg vinden ze u zo'n prettig mens en geven ze u zoveel waardering, dat ze u benoemen tot stamhoofd. U bent op dat eiland waar u aangespoeld bent de belangrijkste persoon geworden. U heeft te eten, u heeft de mooiste hut van het eiland, u heeft nieuwe vrienden gemaakt, u geniet status, prestige en respect. U wordt verzorgd en er zijn aardige mensen om u heen, u kunt mensen helpen en toch mist u wat. Herkent u dat?

Wat mist u nou? Wat brandt er nog in u, wat wilt u verwezenlijken? Wat zou u ook nog graag doen?

Het laatste dat u zou kunnen wensen, is dat u helemaal uzelf wilt zijn, dat u alles wat u voorheen wilde bereiken nu weer kunt. Dat u met hart en ziel uw grootste wensen kunt realiseren en dat u uw diepste wensen kunt verwezenlijken en uzelf volledig kunt ontplooien.

Tot zover de reis. Alle stappen die we nu genomen hebben, zijn de vijf niveaus van behoeften van Abraham Maslow, ofwel 'de piramide van Maslow'.

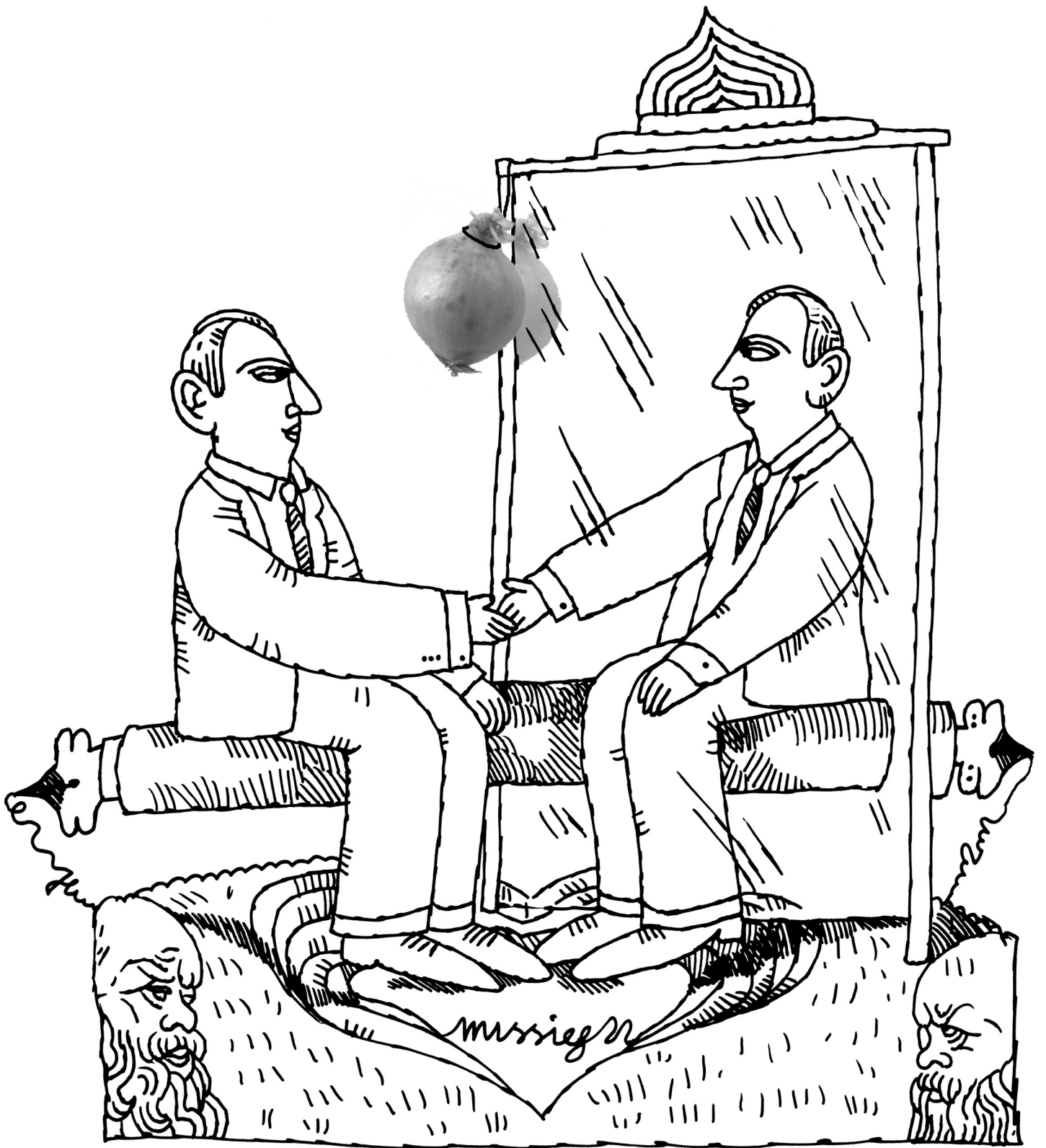
Het eerste, basale niveau zijn de fysiologische behoeften. Water, drinken, lucht, seks: elementaire behoeften



**Maslow en behoeften**

die we dagelijks nodig hebben. Behoeftte aan zekerheid en veiligheid is het tweede niveau: u wilt een onderkomen, u wilt veiligheid, u wilt zekerheid. Pas als die behoeften vervuld zijn, gaat u op zoek naar het derde niveau: de sociale behoeften, zoals betrokkenheid en geborgenheid. U wilt communiceren, u wilt informatie uitwisselen, u wilt leren van anderen en bij een groep horen. U wilt vrienden, kennissen en relaties. Zodra dat in orde is, komt u tot het vierde niveau: waardering, status, respect en prestige. U wilt binnen uw groep waardering krijgen en invloed uitoefenen. En ten slotte komt u op het vijfde niveau: zelfontplooiing, zelfverwezenlijking. Werkelijk doen wat u in wezen wilt, wat uw hart u ingeeft.

In het Westen hebben steeds meer mensen goed te eten en te drinken, een eigen huis en een goed dak boven het hoofd, vrienden, kennissen en relaties en waardering op het werk, status en respect. Dat betekent dat we met elkaar de top van de piramide zien opdoemen. Nu komt het aan op de volgende stap. Doen wat u werkelijk het allerliefste wilt. Dat is ook precies waar deze reis mee begon. De dichter moet schrijven, de kunstenaar moet schilderen. En u? Waar wilt u naartoe?



# 6

## Hart Selling

*'Cause I'll tell you one thing:  
you can't get what you want  
till you know what you want.  
Said, you can't get what you want  
till you know what you want.*

**Joe Jackson in *You can't get what you want* (RZO Music Ltd)**

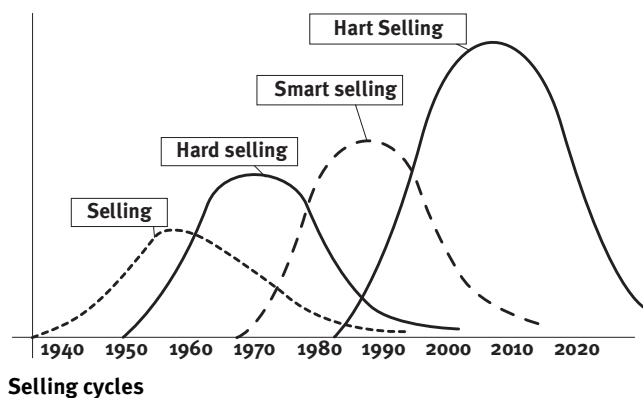
De hele wereld is volop in beweging. Denk nog maar eens aan de paus, premier Kok en de keizer van Japan. In het bedrijfsleven is er ook dynamiek, denk onder andere aan de banden en de brandstoftanks. Daarnaast is er een groeiende wrijving tussen de informatie-input en de -output. En we blijken aan de top van de piramide van Maslow aanbeland te zijn.

Na Selling, Hard selling en Smart selling is er nu daarom ruimte voor een nieuwe manier van verkopen: Hart Selling: verkopen op basis van respect voor uzelf, voor

de klant en voor uw omgeving. Gebaseerd op vertrouwen in uzelf en werkend vanuit uw hart. Gebruikmakend van alle belangrijke emoties die u drijven, met als doelstelling een zo natuurlijk mogelijk contact te creëren met iedereen met wie u samenwerkt en voor wie u werkt. En bestendige relaties creëren, uitbouwen en onderhouden.

Hart Selling komt op het moment dat er steeds meer boeken gepubliceerd worden op het gebied van emotionele intelligentie, spiritualiteit, ethiek, intermenselijk contact, zelfinzicht en persoonlijke ontwikkeling. Kortom, allemaal zaken die te maken hebben met het hoogste niveau van de piramide van Maslow: zelfverwerkelijking.

Lang dacht men dat men pas een ander kon begrijpen door kennis te vergaren over het gedrag van die ander en die compleet te analyseren. Aan het begin van een nieuwe eeuw zijn we weer terug bij een thema dat Socrates ruim vierhonderd jaar voor Christus al gebruikte. Er is maar één soort kennis die van belang is en dat is zelfkennis.





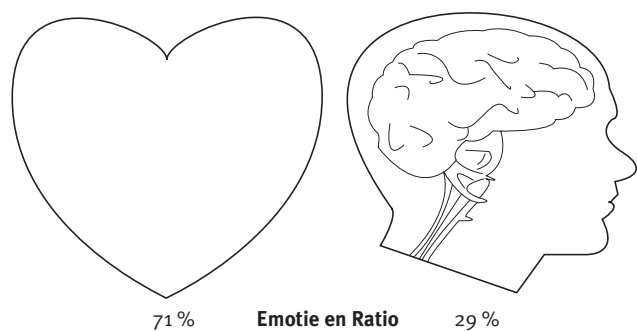
Hart Selling speelt op deze trend in, want Hart Selling is in feite mensgericht verkopen. Dat lijkt een pleonasme, want verkopen kan toch alleen maar aan en met mensen. Dat gaat beslist op voor Hart Selling, maar niet direct voor Hard selling en Smart selling.

In het begin van de jaren tachtig is er onder andere door Mercuri een prachtig onderzoek uitgevoerd in Groot-Brittannië. Men heeft vijfduizend beslissers ondervraagd bij de aanschaf van allerlei producten. Van schoensmeer tot turbines, van machines tot paperclips. Elke zakelijke aanschaf werd bij vijfduizend personen onder de loep genomen. De kernvraag was: wat is voor u leidend geweest bij de beslissingen: uw emotie, gevoel of ratio, redenen, argumenten? Die vijfduizend proefpersonen beantwoordden deze vraag, en wat dacht u, wat was de verhouding tussen emotie en ratio? Het blijkt dat elke koopbeslissing berust op ruim zeventig procent emotie en bijna dertig procent ratio. Dus het gevoel over verkoper, product en leverancier is vele malen belangrijker dan zaken als prijs, specificaties en levertijd.

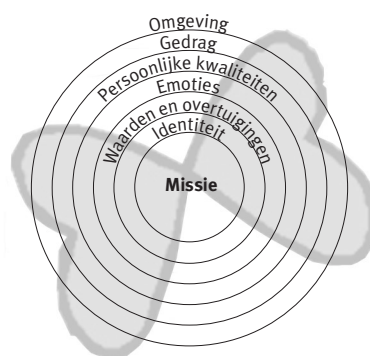
Interessant genoeg is tot nu toe door bijna alle verkoopopleidingen, trainingen, boeken, technieken en concepten hoofdzakelijk aandacht besteed aan het rationele aspect. Het ging om structuren, processen en modellen, technieken, enzovoort. Stuk voor stuk rationele oplossingen om een verkoopproces te sturen, te beheersen en te controleren. Dat past precies bij Hard selling en Smart selling en het is volledig in tegenspraak met de uitkomsten van het onderzoek van Mercuri uit de jaren tachtig! (Zie tabel bladzijde 59.)

Het Hart selling-model bestaat uit zes niveaus. We beginnen bij het basisniveau en uiteindelijk werken we toe naar het topniveau. Bij de verschillende niveaus horen een aantal oefeningen. U bereikt het meeste in de kortst mogelijke tijd door alle oefeningen vol overgave en passie te doen. Het liefst samen met een buddy, kameraad of lesvriend. De ervaring is dat als u het samen doet, u het snelst tot de kern komt. En zo is de kans minimaal dat u zichzelf saboteert of dingen over het hoofd ziet.

De zes stappen die ik hierna beschrijf, helpen u uw eigen stijl te ontwikkelen waardoor u zo origineel moge-



**Emotie en ratio bij zakelijke transacties**



**Hart Selling-model**

lijk wordt. U ontwikkelt letterlijk uw origine. Met als doel dat u moeiteloos met hart en ziel verkoopt en elke klant u waardeert om uw originaliteit en hartelijkheid. Hart Selling dus.

In zes stappen werken we toe naar het hart van de cirkel. Er is een logisch verband tussen deze onderdelen. Het gaat van algemeen naar specifiek, van buiten naar binnen en van oppervlakkig naar diep. Startend vanuit de omgeving waarin u functioneert, gaan we naar uw gedrag. Vervolgens naar uw kwaliteiten en schaduwkwaliteiten, die uw gedrag beïnvloeden. We scheppen daarna helderheid in uw leidende en beperkende emoties. Weer een stap verder ontdekt u hoe uw waarden

en overtuigingen u ondersteunen en tegenwerken. Vervolgens helpen we u om uw persoonlijkheid en identiteit scherp te tekenen. En ten slotte gaan we uw missie zoeken en vinden. Dit is het hart van de Hart Selling-cirkel.

Deze volgorde is de meest vloeiende en natuurlijke volgorde en helpt u om stap voor stap tot de kern te komen. Wanneer u dit wenst, kunt u tussentijds zelf de relaties tussen de verschillende cirkels trekken. Hoe creatiever u een buitenste cirkel analyseert, hoe eenvoudiger u de volgende fase doorloopt en hoe beter uw inzicht wordt.

	<b>Behoeften klanten</b>	<b>Concurrentie</b>	<b>Onderscheidingsmogelijkheden verkoper</b>
Selling	Primaire levensbehoeften. Basisproducten. Beschikbaarheid. Later toename interesse voor gemak en genot.	Beperkt. Productie en aanbod zijn leidend. Groeiend aantal innovaties. Distributie belangrijk.	Aanbod matchen met vraag. Timing en keuzen maken. Gewoon doen. Basisbehoeften bevredigen.
Hard selling	Bijzondere producten. Betere kwaliteit. Gemak, genot, vriendelijkheid. Persoonlijke aandacht.	Snel toenemend. Met name op distributie. Timing en snelheid om vraag te creëren.	Onderscheid moeilijk. Kwaliteit van pionieren en acquireren. Zelfbewustzijn. Persoonlijke profilering. Op basis van resultaat. Empathie en doorzettingsvermogen.
Smart selling	Allerlei producten. Ruime keuze. Variatie. Mondigheid. Goede en betrouwbare informatie.	Hoog. Op basis van technologie en techniek naast prijs, distributie, product en promotie.	Aanvankelijk moeilijk om zich te onderscheiden. Klantgerichtheid, technieken en technologieën.
Hart Selling	Variatie en keuze. Oprechtheid, helderheid en eenvoud. Kwaliteit en eerlijkheid. Contact en diepgang. Creativiteit.	Zeer sterk. Overkill aan technologie, informatie en creativiteit. Prijs, product, distributie.	Maximaal op basis van originaliteit. Vaardigheid om waardevolle relatie te creëren. Zakelijke vriendschap.

## 6.1 Omgeving

*From the day we arrive on the planet  
And blinking step into the sun  
There's more to see than can ever be seen  
More to do than can ever be done  
There's far to much to take in here  
More to find than ever be found*

Elton John in *The Circle of Life* (Dick-James Music, B. Taupin)



Het is een oud gezegde in de makelaardij: 'Vertel me waar u woont en ik vertel u wie u bent.' Makelaars claimen dus op basis van uw omgeving, de plaats waar u woont, hoe die ingericht is, te kunnen vertellen wat voor type mens u bent. Hetzelfde geldt voor marktonderzoekers, die op basis van bijvoorbeeld uw postcode een beschrijving kunnen geven van wie u bent. Merkenexperts claimen hetzelfde. Het type auto dat u rijdt en het type horloge dat u draagt, is goed voor een uitgebreide persoonsbeschrijving. Kortom, er zijn diverse experts die op basis van informatie uit en over de omgeving een beschrijving kunnen geven van uw persoonlijkheid. Stel dat dit waar is, dan is uw omgeving een weerspiegeling van uw persoonlijkheid en daardoor een beschrijving van uw innerlijk.

Uw omgeving bestaat bijvoorbeeld uit het huis waarin u woont, de directe omgeving hiervan zoals tuin of balkon, de straat, de inrichting van uw woning, de zaken die u gebruikt, de auto die u rijdt, de kleding die u draagt, de mensen die u ontmoet. Kortom, alle aspecten die gezamenlijk uw omgeving vormen.

Probeer u in gedachten eens een vergelijking te maken tussen uw omgeving zoals die er tegenwoordig uitziet

en die toen u in het laatste jaar van de middelbare school zat. Wanneer was dat voor u? Waar woonde u toen? Hoe woonde u daar? Wie woonde daar verder nog? Dit zijn slechts een paar opwarmvragen om de volgende vragen eenvoudiger te kunnen beantwoorden.

En doet u datzelfde eens met uw eerste baan. Wanneer was dat voor u? Hoeveel jaar is het geleden dat u in die baan startte? Waar woonde u toen? Hoe woonde u daar? Wie woonde daar verder nog? Dit zijn weer de opwarmers voor de volgende vragen.

Omgeving	Nu	Het laatste jaar van de middelbare school
Wat is hetzelfde gebleven?	.....	.....
Wat is er anders?	.....	.....
Wat wilde u toen, wat u nu hebt?	.....	.....
Wat wilde u toen niet, wat u nu wel hebt?	.....	.....

Omgeving	Nu	Tijdens uw eerste baan
Wat is hetzelfde gebleven?	.....	.....
Wat is er anders?	.....	.....
Wat wilde u toen, wat u nu hebt?	.....	.....
Wat wilde u toen niet, wat u nu wel hebt?	.....	.....

Hiermee hebt u een eerste impressie gekregen van wat u in materieel opzicht hebt meegemaakt.

We gaan nu nog praktischer en scherper observeren. De volgende oefening helpt daarbij. De manier waarop u aankijkt tegen uw omgeving is namelijk een beschrijving van de manier waarop u zaken organiseert.

### 6.1.1 Observeren

Houd nu eens een dag lang bij wat u ziet, hoort en observeert. Doe dit maar één dag lang. Die is zo voorbij en het is een heerlijke oefening. U zult versteld staan wat u allemaal waarneemt.

Begin 's ochtends vroeg, neem uw dagboek mee, en schrijf elk uur op wat u geobserveerd hebt. Schrijf alleen op wat u ziet, niet wat u doet! Wat u doet, is gedrag van u, terwijl wat u ziet, uw omgeving is. Maak het zo breed en zo compleet mogelijk. En zo uitgebreid


mogelijk. Schrijf ook zaken op die u onderweg ziet en die u normaal gesproken niet opvallen. Maak het beeld zo scherp mogelijk en creëer een zo duidelijk mogelijk plaatje van de omgeving waarin u nu functioneert. U begint 's morgens vroeg en u eindigt 's avonds laat. Eindigt zodra de dag voor u ook eindigt, het licht uitgaat, u de ogen sluit en u vertrekt naar ...

De eerste stap heeft u nu gezet. De relatie tussen uw omgeving en uw gedrag blijkt in de volgende fase. Want zoals gesteld 'zo buiten, zo binnen' of in andere termen: uw omgeving is een weerspiegeling van uw gedrag en persoonlijkheid.

## 6.2 Gedrag

*You better be carefull what you say to me  
Cause it might turn around on you  
You better be carefull what you do to me  
Cause the mighty might do it to you*

**Sparkle featuring R. Kelly in *Be carefull***  
(Zomba Music Holdings)

 In de loop van de eeuwen is er iets merkwaardigs gebeurd. En het valt me dagelijks op dat we nog niet aan het eind van deze ontwikkeling zijn. Wanneer ik iemand ontmoet en ik vraag: 'Hoe is het met je?', dan krijg ik steevast het antwoord op een andere vraag, die ik niet stelde, namelijk: 'Wat doe je of wat heb je gedaan?' We zijn ons blijkbaar steeds meer gaan ontwikkelen van *human beings* naar *human doings*. We worden afgerekend op wat we doen, wat we niet doen, de afspraken die we maken, de afspraken die we nakomen, de afspraken die we niet nakomen, enzovoort. Kortom, we letten bijzonder veel op elkaars gedrag en ons eigen gedrag.

Hoe we ons gedragen is een spiegel van hoe we in feite zijn. Vaak wordt gedrag ook bepaald door de vraag hoe u wilt dat anderen u zien, of hoe anderen u echt zien en de feedback die u daarop krijgt, of hoe u denkt dat anderen u zien. Er zijn dus allerlei externe invloeden op uw gedrag.

Om een beeld te krijgen van wat u tegenwoordig doet, is het goed om eerst eens terug te kijken. Wanneer u weet waar u vandaan komt, weet u tenslotte ook beter waar u heen gaat.

Tel daarom eerst uw zegeningen. Als *human doings*: zet eerst op een rij wat u allemaal gedaan hebt, welke resultaten u bereikt hebt, waar u trots op kunt zijn. Wat hebt u het afgelopen jaar gedaan waar u met plezier op terugkijkt? Neem gerust de tijd, ga lekker ontspannen zitten. Kijk desnoods even naar buiten en laat de afgelopen maanden of het afgelopen jaar de revue passeren en begin te schrijven. Houd dit lang vol, schrijf zoveel mogelijk op. Het mogen kleine dingen zijn, het kunnen grote zaken zijn. Maak de opsomming zo breed mogelijk. Sta stil bij al uw successen. In uw gezin, met uw partner, in uw privé-leven, in uw sociale leven, met vrienden en kennissen, in het werk, zakelijk, in het geestelijke leven, fysiek gezien, maatschappelijk gezien (in verenigingen, clubs of een ander verband), materieel gezien, emotioneel (hoe u zich ontwikkeld heeft).

Sta stil bij alle successen die u zich kunt voorstellen. Of ze nu groot of klein zijn, is niet relevant. Als u het afgelopen jaar met tien vingers hebt leren typen, dan kan dat een enorme tijdsbesparing hebben opgeleverd, of u heeft daarmee misschien prachtige gedichten geschreven. Met tien vingers typen kan dus ook een belangrijk succes zijn.

Geef uw herinneringen de ruimte:

### 6.2.1 Successen

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....
6. ....
7. ....
8. ....
9. ....
10. ....
11. ....
12. ....
13. ....
14. ....
15. ....
16. ....
17. ....
18. ....
19. ....
20. ....
21. ....
22. ....
23. ....
24. ....
25. ....
26. ....

27. ....  
 28. ....  
 29. ....  
 30. ....

Mocht u meer ruimte nodig hebben, gebruik dan vooral uw dagboek, en maak de lijst zo lang mogelijk.

Ge-veel-iciteerd! Een fantastische lijst hebt u gemaakt. Wellicht staan er op het eerste gezicht onzichtbare dingen op, die u eigenlijk maar gewoon vond, maar die u toch belangrijk genoeg vond om te vermelden.

Kunt u zich voorstellen hoe het nu met u zou zijn als u dit allemaal niet had gedaan? Als u deze successen niet had gehad? Wat zou het leven nu dan zijn? Gun uzelf dat schouderklopje. Waardeer uzelf, en geniet ervan dat u zo productief en creatief was.

Wat de impact is van deze succeslijst, blijkt uit het volgende voorbeeld. Gerald, een advertentieacquisiteur bij een middelgrote uitgeverij, werkt al twintig jaar in de verkoop. Een ervaren man. Hij heeft een enorme klantenkring opgebouwd in de loop der jaren en hij staat bekend als dé persoon in de branche die bepalend is voor de commerciële activiteiten van de uitgeverij. Hij heeft dat in het verleden met veel succes gedaan, maar hij is daarin blijven 'hangen'. Het obstakel waar hij tegenaan loopt, is dat het succes uit het verleden niet meer past bij de wensen van het heden. Hij heeft al die tijd een aantal zaken goed gedaan, maar door de hectiek en dynamiek van de afgelopen jaren is hij stil blijven staan terwijl de organisatie, de klanten, de mogelijkheden, de methoden en de markt zich wel verder hebben ontwik-

keld. En zo ontstond er een steeds groter verschil tussen wat er gebruikelijk was en wat hij gewend was en deed. Ik was gevraagd hem hierbij te begeleiden. Een aanknopingspunt waar we over begonnen, was dat hij het heilige vuur weer wilde ontdekken. Hij wilde weer net zo succesvol zijn als hij was geweest en wilde dat het werk weer eenvoudig, soepel, plezierig en hartsochtelijk zou zijn.

De eerste stap die we namen was de lijst met zegeningen: welke successen heb je allemaal meegemaakt het afgelopen jaar? Wat heb je gepresteerd waar je trots op bent en nu met plezier aan mij kunt presenteren? Toen ik hem dit zo uitlegde, keek hij mij eerst glazig aan.

Het gesprek vorderde, maar Gerald had moeite om zich er een beeld bij te vormen. Ik heb hem werkelijk zitten motiveren om deze lijst in te vullen. Uiteindelijk zette hij zich eraan, schoof zenuwachtig op zijn stoel heen en weer, ging nog een keer verzitten, draaide nog wat en met hangen en wurgen kwam hij opgelucht tot vijf punten. Die vijf punten, dat was wat hij het afgelopen jaar bereikt had. Meer niet. Gelukkig zijn we verder gegaan en heeft Gerald die lijst met vijf punten uit kunnen breiden tot één A4 vol. Hij had bijna dertig successen waar hij uiteindelijk apetrots op was. Maar omdat hij enorm focuste op alle zaken waar hij nu aan wilde werken, kon hij niet meer zien wat hij allemaal had bereikt en gedaan.

Dit heeft ook weer te maken met het Nigeriaanse schoenensyndroom, waarmee ik dit boek begon. Ze zijn er altijd, de successen, het is alleen de kunst om ze te willen zien.

De volgende oefening helpt u uw gedrag te versterken en uw persoonlijke kracht te ontwikkelen.

### 6.2.2 Gedrag van één dag

Beschrijf in uw dagboek wat u doet in de omgeving zoals u die beschreven hebt bij de vorige oefening. Gebruik de lijst die u gemaakt hebt van zaken die u opvullen in uw omgeving en beschrijf eens wat uw gedrag hierbij was. Wat deed u, wat konden anderen zien van uw gedrag. Houd de volgorde aan zoals die ook gebruikt is bij de lijst van de omgeving, dus van 's ochtends vroeg tot 's avonds laat. En laat de dag in kleine beeldjes stap voor stap de revue passeren. Beschrijf alle gedragingen, alle acties en activiteiten die u heeft ondernomen op die gemiddelde dag. Doe dit desnoods samen met uw buddy. Hij kan u helpen om het beeld verder te verscherpen en door vragen het plaatje concreter maken. Geef hem uw omgevingsverslag. Hij stelt u dan de vragen zodat u kunt opschrijven wat u deed op die gemiddelde dag.

Schrijf dit op in uw dagboek. Wanneer u kunt, trekt u al conclusies en schrijft u de inzichten op. Deze stap is een prima voorbereiding op de zoektocht naar uw persoonlijke kwaliteiten.

Tot zover de omschrijving van ons als *human doings*. De volgende stap is om meer richting *human beings* te gaan. Wat we uiteindelijk zien van elkaar is wat we doen en vaak is het aardig om eens te vragen: 'Wat zit er nou achter dat gedrag dat ons zo bijzonder maakt?'

## 6.3 Persoonlijke kwaliteiten

*Do I really want to know myself*

*Do I want to see*

*Why I'm wonderin' every morning*

*Who's it gonna be today*

*Staring in the mirror, come tell me who's that under my skin*

*And what's the reason we're here for*

*Tell my what is my own true face*

*But hey here I come*

*I'm the show's main attraction*

*I'm a beautiful creature*

*That's what I am*

**Anouk in *The other side of me*** (Bouncing Balls Music)



U bent wat u wilt zijn én wat u niet wilt zijn. Ik kom meteen maar met een prikkelende stelling bij u binnen. Zit u nog lekker op uw stoel? Ik ben er namelijk van overtuigd dat alle kwaliteiten uit twee aspecten bestaan. Beschouw uzelf eens als een foto. Van elke foto is er het plaatje zoals we dat kennen: het positief. Maar dit plaatje bestaat dankzij het negatief. Zonder negatief is er geen foto. In twee stappen zal ik beide aspecten belichten, zodat u een helder beeld krijgt van wie u helemaal bent. U gaat nu uw kwaliteiten en uw schaduwkwaliteiten ontdekken.

Het begrip 'kwaliteiten' is een verzamelnaam voor al uw talenten, uw capaciteiten en uw vermogens. Allemaal aspecten van uw persoonlijkheid. Kwaliteiten zijn ook die aspecten van u, die anderen heel bijzonder vinden, maar die u vanzelfsprekend vindt. U bent nu eenmaal zo, u vindt het logisch dat het zo gaat. En u

vindt het bijna net zo logisch dat andere mensen dat ook zo hebben.

De volgende oefening helpt u een totaalbeeld te creëren van het positieve deel van alle kwaliteiten. Maak een beschrijving van alles waar u goed in bent. En maak die weer zo compleet mogelijk. Wat kunt u goed? Wat kon u altijd al goed en doet u nog steeds goed? Gebruik daarin een tijdlijn: wat deed u vroeger goed, op de lagere school? Op de middelbare school, met vrienden en vriendinnen, tijdens uw studie, in uw werk? Waaraan herkende men u? Waar beleefde u veel plezier aan? Schrijf zoveel mogelijk op. Geef uw herinnering de ruimte en creëer hier de mooiste lijst die u zich maar voor kunt stellen van uzelf.

### 6.3.1 Kwaliteitenlijst

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....
6. ....
7. ....
8. ....
9. ....
10. ....
11. ....
12. ....
13. ....
14. ....
15. ....

16. ....
17. ....
18. ....
19. ....
20. ....
21. ....
22. ....
23. ....
24. ....
25. ....
26. ....
27. ....
28. ....
29. ....
30. ....

Dit bent u dus. We kunnen de lijst nog iets completer maken. U hebt nu waarschijnlijk een prachtige opsomming gemaakt van alle kwaliteiten. Ik geef u nu nog zeven deelgebieden van uw leven, waarin wellicht kwaliteiten zitten die nog niet op de lijst staan. De zeven andere aspecten zijn 'zakelijk', 'materieel', 'sociaal', 'privé', 'spiritueel', 'fysiek' en 'natuur en cultureel'. Eén voor één zal ik ze concreter voor u maken.

#### 1. Zakelijk

Wat doet u goed op uw werk? Waaraan herkennen uw collega's u? Waar is uw leidinggevende trots op? Waar bent u zelf trots op? Waar zijn uw klanten trots op? Welke aspecten stralen van u af op het moment dat u aan het werk bent? Laat die vragen eens op u inwerken en vul de lijst aan.



## 2. *Materieel*

Hieronder valt alles wat u materieel gecreëerd hebt en vooral hoe u dat deed. Vraag uzelf af wat u materieel gepresteerd hebt. Hoe gaat u om met geld? Hoe gaat u om met uw bezit of uw vermogen? Hoe handelt u bij het opbouwen van een verzameling, bij beleggen, het handelen in opties? Kortom, welke materiële zaken bezit u en hoe gaat u daar van nature mee om? Hoe doet u dat? Het laatste is een omschrijving van uw kwaliteiten. Gaat u weer even terug naar de lijst en vul hem aan voor dit onderdeel.

## 3. *Sociaal*

Hoe staat u bekend in uw huidige vriendenkring, bij uw kennissen, bij uw studievrienden, bij de sportclub, bij een vereniging waar u lid van bent, enzovoort. Kortom, wat is uw positie maatschappelijk gezien? Wat zijn de talenten en kwaliteiten die u typeren als u met andere mensen omgaat? Dat kan ook in de politiek zijn, of in de kerk. Bekijk de lijst nog eens kritisch en ga na welke kwaliteiten u er nog aan toe kunt voegen.

## 4. *Privé*

U heeft uiteraard ook een privé-leven. Wat zegt uw partner over u? Wat vindt hij of zij bijzonder aan u? Wat kenmerkt u? Wat zeggen uw kinderen eventueel over u? Wat vindt uw familie karakteristiek aan u? Welke kwaliteiten en talenten benut u binnen uw relatie of gezin goed en vindt u prettig om te gebruiken? Hoe gaat u privé om met andere mensen en hoe zullen andere mensen zeggen dat u privé bent? Vul de lijst weer aan.

## 5. *Spiritueel*

Dit heeft alles te maken met uw geestelijk leven. Dat kan in de kerk zijn, maar ook in filosofische zin. U

kunt een heel rijk geestelijk leven hebben, zonder dat u zich richt op een kerk of een andere plaats. Dat heeft alles te maken met geestelijke ontwikkeling. Welke kwaliteiten heeft u die kenmerkend zijn voor uw spirituele persoonlijkheid? Hoe gaat u om met uw geestelijke ontwikkeling? Wat kenmerkt u op dat vlak?



Onlangs sprak ik een verkoopleider die een strategisch verkoopplan moest schrijven. Hij twijfelde of hij wel in staat was om op strategisch niveau te denken. Er werd namelijk binnen zijn bedrijf heel gewichtig gedaan over zaken als visie, strategie en strategisch denken. Dat had hem duidelijk beïnvloed. Hij was wel bijzonder geïnteresseerd in buitenaards leven, in UFO's, in allerlei zaken die hij op Discovery Channel regelmatig bekeek: piramides, maya's, inca's, noem maar op. Daar kon hij dagen over praten. En als je met hem daarover in gesprek ging, dan werd hij volledig gegrepen door het voorbeeld en dan had hij prachtige concepten en theorieën bedacht. En dat was precies het punt dat hij zocht. Die concepten en theorieën zitten op spiritueel niveau. Dus vraagt u zich eens af waarover u op deze manier bevlogen kunt raken en hoe u dat doet. Welke kwaliteiten gebruikt u daarbij? Breid de lijst verder uit.

## 6. *Fysiek*

Uw lichaam is uiteindelijk het belangrijkste voertuig dat u hebt, ook al denken sommige mensen dat een lease-auto dat is. Zonder lichaam is het moeilijk voortbewegen. Wat doet u allemaal waar u fysiek gezien trots op bent? Denk aan uw voeding of de sporten die u beoefent. Wat zegt de sportleraar over u? Wat zeggen vrienden en kennissen over u als u met hen aan het

sporten bent, op de squashbaan, de tennisbaan, het hockeyveld, het voetbalveld? Wat kenmerkt u? Fysiek gezien kunt u zich inspannen maar ook ontspannen. U kunt sporten, maar u kunt ook rust houden. En wat zijn de talenten die u daarvoor gebruikt? Welke kwaliteiten gebruikt u als u heel ingespannen of fysiek gezien juist heel ontspannen presteert?

Een goede vriend van me was een actief vechtsporter en bereikte in zijn sport een hoge graad. Voor hem was het heel normaal dat hij daarvoor in Japan was geweest en werd ingewijd door een Japanse meester en dat hij in Nederland op nationaal niveau meevocht. Al zijn vrienden vonden dat ook heel normaal van hem, omdat dat mensen waren die in dezelfde sport hadden gepresteerd. En toch was dit aspect bijzonder aan hem. Hij vergat altijd die sportieve achtergrond te vermelden in gesprekken die hij voerde met klanten. Het was voor hem gewoon geworden. Telkens als een klant hoorde dat hij deze topprestaties had geleverd, werden hem veel andere dingen ook duidelijk. Dus welke aspecten zijn voor u normaal, maar zijn in wezen wel bijzonder op fysiek vlak? Vul de lijst verder aan.

### **7. Natuur en cultuur**

Cultuur is de samenvatting van kunst en wetenschap. De natuur is al het levende om u heen. Wat heeft u gepresteerd op natuurlijk en cultureel vlak? Hoe schrijft u bijvoorbeeld? Dicht u wel eens? Heeft u op dit gebied wel eens iets gepresteerd waarvan anderen zeiden: 'Dat is prachtig zeg!' Een schilderij, een collage, foto's. Het mag artistiek zijn, maar het kan ook wetenschappelijk zijn. Misschien doorgrondt u bepaalde modellen of theorieën, terwijl andere mensen daar dagen op zitten te puzzelen. Misschien kunt u wetenschappelijke modellen uitleggen aan andere mensen. Welke culturele as-

pecten zijn voor u kenmerkend? Hoe bent u in de natuur? Welke kwaliteiten benut u wanneer u buiten in de natuur bent? Vul de lijst verder aan en maak hem af.

Ter controle is het goed om deze kwaliteitenlijst nog eens door te nemen met uw buddy. Ga samen de diepte in om de lijst verder compleet te maken zodat het een prachtige beschrijving wordt van uw eigen persoonlijkheid en uw kwaliteiten.

Wilt u anderen motiveren, dan speelt uw eigen motivatie hierin een doorslaggevende rol. Als u goed gemotiveerd en overtuigd bent van uw aanpak en van uw mogelijkheden, dan slaat dit enthousiasme over op anderen. Inzicht in uzelf (of uw 'zelf') helpt u hierbij. Daniel Ofman heeft een praktisch model ontwikkeld, waarmee u kunt vaststellen wat uw kernkwaliteiten, uw valkuilen, uw uitdagingen en uw allergieën zijn. Deze vier elementen samen vormen uw 'kernkwadrant', dat in een notendop een beschrijving is van een deel van uw persoonlijkheid.

### **6.3.2 De kracht van uw kernkwaliteit**

Het door Ofman ontwikkelde kernkwadrant geeft u snel en doeltreffend inzicht in uzelf. Dit model brengt een aantal aspecten van uw persoonlijkheid in kaart, verdeeld over vier factoren: uw kernkwaliteit, uw valkuil, uw uitdaging en uw allergie.

#### ***Uw kernkwaliteit***

Een kernkwaliteit is te herkennen aan een bijzonder talent of bijzondere kwaliteit, waarvan u zelf zegt 'dat kan toch iedereen'. De waarheid is vaak anders, want als uw kernkwaliteit weg wordt gehaald bij u, dan bent u niet meer herkenbaar. Kernkwaliteiten zijn eigenschappen die tot uw kern horen. De kernkwaliteit

kleurt de mens. Het is een specifieke sterkte waar u bij een ander direct aan zou denken. Voorbeelden van kernkwaliteiten zijn daadkracht, zorgzaamheid, zorgvuldigheid en invoelingsvermogen.

Kernkwaliteiten zijn geen eigenschappen, maar eerder mogelijkheden waarop u kunt afstemmen. Net als een radio. De kwaliteit van het geluid van een radio wordt voor een deel bepaald door de zuiverheid waarmee hij afgestemd is op de juiste golflengte. Zo geldt dat ook voor u: u bent inspirerender als u bent afgestemd op uw kernkwaliteiten.

Kernkwaliteiten zijn altijd aanwezig. Ze zijn niet aan of uit te zetten, ze zijn wel verborgen te houden. Kernkwaliteiten zijn niet hetzelfde als vaardigheden. Vaardigheden zijn aan te leren, terwijl kernkwaliteiten te ontwikkelen zijn. Vaardigheden heeft u niet maar u kunt ze u wel eigen maken, terwijl kernkwaliteiten er in de kern altijd zijn; het is alleen de kunst om ze zichtbaar te maken. Hoe duidelijker uw beeld is van uw kernkwaliteiten, des te bewuster kunt u ze laten 'doorstralen' in uw werk. En dit vergroot uw uitstraling weer. Wie als kernkwaliteit bijvoorbeeld 'doorzettingsvermogen' heeft, kan juist in kwesties waarin een lange adem nodig is, goed functioneren. Zowel op het werk als in privé-situaties.

### ***Uw kernkwaliteit en de valkuil***

Zoals er geen licht is zonder donker, zo heeft ook iedere kernkwaliteit twee kanten. De donkere kant wordt ook wel de valkuil genoemd. De valkuil is niet het tegenovergestelde van de kernkwaliteit, maar is wat een kernkwaliteit wordt als zij te ver doorschiet. Zo kan de kernkwaliteit 'behulpzaamheid' doorschieten in 'bemoezucht'. Dan wordt iemands kracht zijn zwakte.

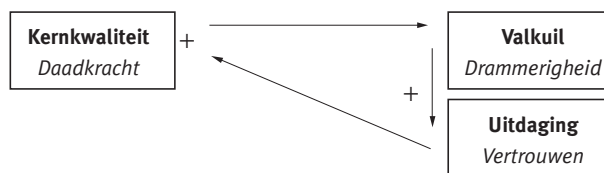


Een valkuil is teveel van het goede. De valkuil is datgene wat de betreffende persoon regelmatig als 'etiket' krijgt opgeplakt. Dan wordt bijvoorbeeld de persoon met de kwaliteit 'daadkracht' verweten dat hij niet zo 'drammerig' moet zijn. De valkuil hoort bij de kernkwaliteit, ze zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden.

### ***Uw kernkwaliteit en de uitdaging***

De kernkwaliteit en de valkuil zijn dus twee kanten van één medaille. Naast de bijbehorende valkuil krijgt u ook uw 'uitdaging' cadeau. De uitdaging is het positief tegenovergestelde van de valkuil. Het is datgene wat u nodig hebt om uw valkuil te verkleinen. Wanneer u uw uitdaging toepast, wordt uw valkuil minder sterk en groeit uw kernkwaliteit. Zo hoort bij de valkuil 'drammerigheid' wellicht de uitdaging 'geduld' of 'vertrouwen'.

De uitdaging en de kernkwaliteit zijn, zoals u ziet in het schema hierna, elkaars aanvullende kwaliteiten. Waar het om gaat is de balans te vinden tussen daadkracht en vertrouwen of geduld. Wanneer de balans te ver overhelt naar daadkracht, is de kans aanwezig dat deze daadkracht doorschiet in drammerigheid. Met andere woorden, om te voorkomen dat u in uw valkuil terecht komt, is het raadzaam om uw uitdaging te ontwikkelen. In balans brengen betekent denken in



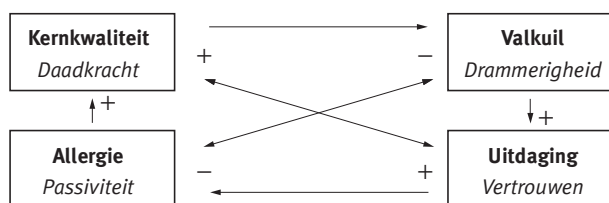
termen van 'en-en', niet 'of-of'. De kunst is zowel daadkrachtig als geduldig te zijn.

Vaak zijn de valkuil en de uitdaging de bron van conflicten met uw omgeving. Irritaties en spanningen vinden vaak hun oorsprong in blindheid voor enerzijds de eigen kwaliteiten en vervormingen en anderzijds blindheid voor die van anderen.

### ***Uw kernkwaliteit en de allergie***

Uw kernkwaliteiten geven dus inzicht in potentiële conflicten met uw omgeving. Vaak hebben die conflicten te maken met uw uitdaging. De doorsnee-mens is namelijk 'allergisch' voor een overschot van zijn uitdaging, vooral als die zichtbaar wordt in een ander.

Zo zal de daadkrachtige manager snel geïrriteerd raken wanneer hij geconfronteerd wordt met 'passiviteit' bij een ander. Hij is allergisch voor passiviteit omdat dit te veel van zijn uitdaging 'geduld' is. Hij weet zich hier veelal geen raad mee. Als u zich niet bewust bent van deze allergie en u laat uw natuur de vrije hand, dan is de kans groot dat u in uw valkuil terechtkomt. De persoon met daadkracht loopt in zo'n geval het gevaar nog harder te gaan drammen, terwijl hij de ander verwijt passief te zijn. Zo ontstaat snel een soort vicieuze cirkel. Kortom, als u uw allergie in een ander tegenkomt, dan staat u vlak bij de valkuil. Dus wat u het meest kwetsbaar maakt, is niet uw valkuil maar de allergie,



want die drijft u in uw valkuil. Waar u bij een ander allergisch voor bent, is waarschijnlijk een teveel van iets goeds wat u zelf juist het meest nodig hebt. Dus u kunt het meest (over uzelf) leren van diegenen met wie u het moeilijkst om kunt gaan. Irritaties zijn dus leermomenten.

Het kernkwadrant is nu rond: de kernkwaliteit kenmerkt uw persoonlijkheid, anderen verwijten u soms uw valkuil, terwijl u meer in balans komt door aan uw uitdaging te werken en alert moet zijn op uw allergie.

### **6.3.3 Uw eigen kernkwadrant ontwikkelen**

Een kernkwadrant is vanuit alle vier de hoeken op te bouwen en op allerlei manieren te checken op zijn juistheid. De ingang via de kernkwaliteit is veelal de moeilijkste, onder andere door onze calvinistische cultuur. We zijn vaak beter in staat aan te geven wat we niet goed kunnen, dan waar we wel goed in zijn.

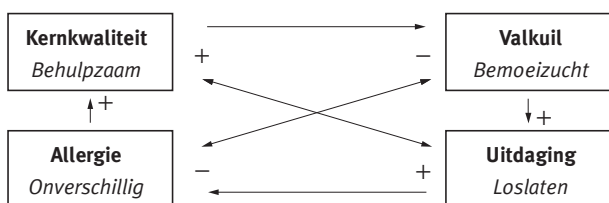
De ingang via de valkuil is eenvoudiger. U weet vast wel aan te geven welk verwijt u wel eens naar uw hoofd krijgt of welk etiket u nogal eens (on)terecht opgeplakt krijgt. U kunt zich voor uw valkuil bijvoorbeeld eens afvragen wat uw partner regelmatig roept. Voilà, de valkuil is boven water. U kunt nu aan de hand van de valkuil het kwadrant afmaken.

Ook via de derde ingang, de uitdaging, is het kwadrant verder op te bouwen. U vraagt zich dan af: 'Welke kwaliteit kan ik goed gebruiken om een evenwichtiger en completer mens te worden?' Deze vraag is soms moeilijk te beantwoorden, maar het helpt bijvoorbeeld als u zich afvraagt wat u zo in anderen bewondert. Dit is dan uw uitdaging. Ten slotte kunt u via de allergie het kernkwadrant uitwerken. Dit is doorgaans de gemakkelijkste aanpak. Het is vaak eenvoudig aan te geven

waar u bij anderen echt niet tegen kunt of eigenlijk allergisch voor bent. Vanuit de laatste hoek die u invult, kunt u dubbel controleren of het kwadrant klopt. De kwaliteit moet dan namelijk vanuit drie richtingen kloppen.

**Een ander voorbeeld**

Nu moet 'onverschilligheid' zowel een teveel van 'los-



laten' als het (negatief) tegenovergestelde van 'behelpzaamheid' en het andere uiterste van 'bemoeizucht' zijn. In feite kunt u elke ingang in het kwadrant op drie verschillende manieren benaderen of checken:

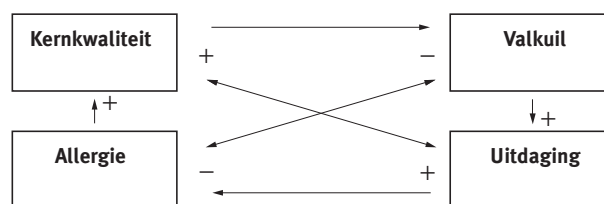
- als iets wat u over uzelf zegt of vindt;
- als iets wat u over anderen zegt of wat u doet bij anderen;
- als iets wat anderen over u zeggen of u toewensen.

Zo ontstaat het complete kwadrant met twaalf manieren om te checken of de kwaliteiten bij elkaar passen, zoals u kunt zien in het superkwadrant op bladzijde 71.

Neem uw kwaliteitenlijst weer eens voor u. Bekijk hem eens goed en maak een rangorde in deze opsomming. Welke drie aspecten vindt u prettig om te hebben, waar bent u trots op? Ze zijn bepalend voor hoe u aankijkt tegen uzelf. Dus welke drie aspecten steken erbovenuit. Schrijf die drie op.

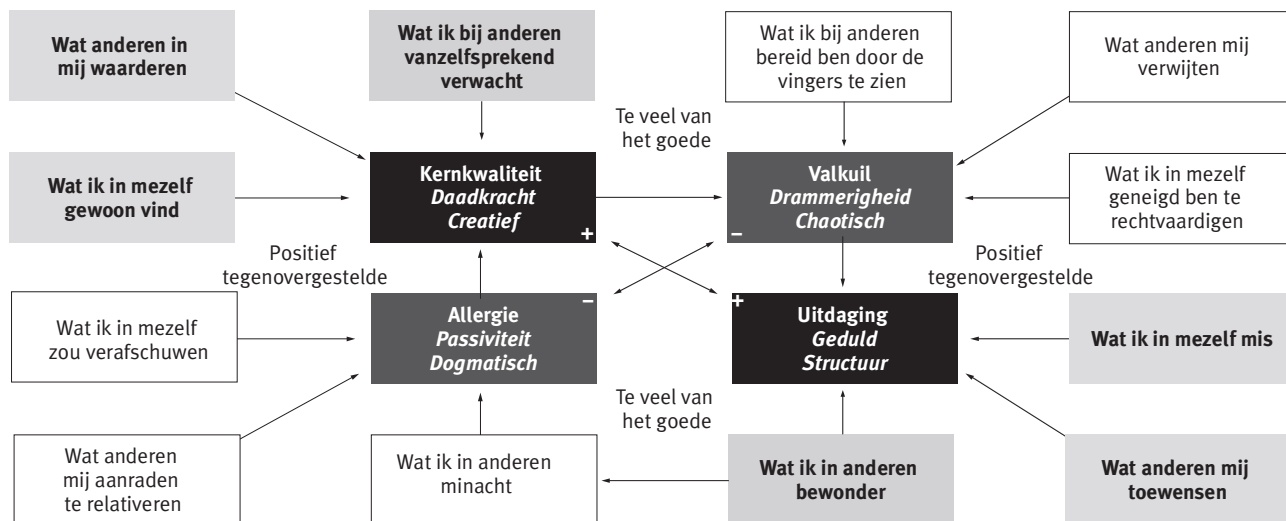
1. ....
2. ....
3. ....

Dit zijn uw drie belangrijkste kwaliteiten. Met uw eerste kwaliteit maken we nu uw eerste kernkwadrant.



Zet de eerste kwaliteit in het vakje 'kernkwaliteit' en vraag u af: 'Wat is te veel van het goede van dit specifieke aspect?' of 'Wat ben ik geneigd te rechtvaardigen wat andere mensen mij wellicht verwijten?' Als bijvoorbeeld een van uw kwaliteiten 'creativiteit' is, dan kan dat uitmonden in zoveel creativiteit dat het chaotisch wordt. Chaos is iets wat mensen bij u zien als ze u zien werken, maar wat u zelf normaal vindt en dus geneigd bent te rechtvaardigen. Welke valkuil of uitvergroete kwaliteit past bij de kwaliteit die u als eerste genoemd hebt? Vul dat in in het vakje 'valkuil'.

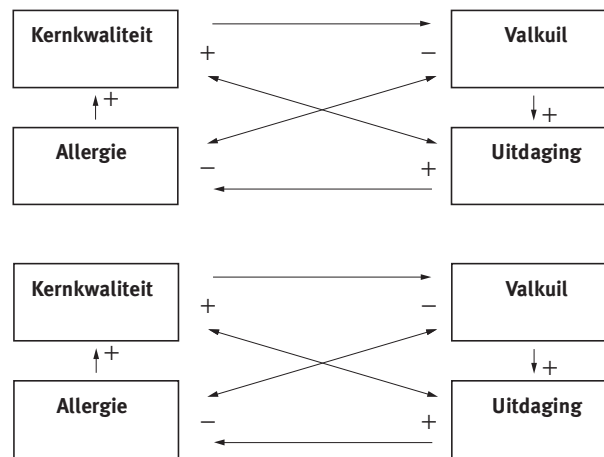
De derde stap is: 'Wat is mijn uitdaging?' Wat is het positief tegenovergestelde van uw valkuil? Wat mist u in uzelf wat een nuttige toevoeging zou zijn en wat uw valkuil zou kunnen compenseren? En wat zijn adviezen die anderen u hebben gegeven, of wat bewondert u in anderen? Het is het positief tegenovergestelde van de valkuil en in het voorbeeld van de creatieve chaoticus zou 'structuur' het positief tegenovergestelde kunnen zijn. Met structuur creëer je overzicht. Creativi-



**Het superkwadrant**

teit kan uitmonden in chaos, en de methode om chaos weer hanteerbaar te maken is er structuur aan te geven.

Dan komen we nu bij de allergie, het vierde deel van het kwadrant: 'Wat is te veel van de zojuist benoemde uitdaging?' Wat zou overdreven veel zijn van dat ene aspect? En wat zou u vreselijk vinden om te hebben terwijl anderen zeggen dat het wel oké is dat u dat hebt? En wat minacht u, vindt u vervelend bij anderen? In het voorbeeld van 'creatief-chaos-structuur' is te veel structuur bijvoorbeeld 'dogmatisch' of 'punaisepoetser'. Kortom, een uitvergroting van de uitdaging 'structuur'. En nu ziet u het kwadrant voor u en ziet u dat de gevonden allergie het positief tegenovergestelde is van creativiteit. Maak nu ook voor de andere twee kwaliteiten uw kernkwadranten.



Nu we hebben behandeld wat een kwaliteit is – zowel positief als negatief, net als bij een foto –, kunt u het meest zichtbare en positieve deel van uw kwaliteiten op een rij zetten.

Belangrijke volgende stap is dat ook het negatief helder is voor u. Maar vooral is belangrijk dat u in staat bent uw 'schaduwkwaliteit' te erkennen en te accepteren. Zie het als de onvermijdelijkheid van licht en duisternis. Wanneer u stelt dat er alleen maar licht is, doet u de werkelijkheid geweld aan. Want bij licht hoort altijd schaduw en duisternis. Daarnaast kunt u duisternis maar op één manier verwerken en dat is door hem te beschijnen met licht. Dus zolang u uw duistere kanten verdringt, verstopt en ontkent, beperkt u uzelf. Want alle energie die u hierin stopt, beperkt het 'schijnvermogen' van uw lichte zijde. Het is dus een kwestie van energiebesparing wanneer u uw schaduwzijde erkent en accepteert.

*But the other side of me  
I can't explain why I've become  
Negative as can be  
I'm wondering where it's coming from  
I know I can't do without it  
Sure makes me what I am  
So I will never stop believing  
In that I love myself someday*

**Anouk in *The other side of me*** (Bouncing Balls Music)

Het is daarom belangrijk dat u inzicht hebt in uw schaduwkwaliteiten, want zij houden u weg van het verder uitvergroten van uw kwaliteiten. Dat kunt u bijvoorbeeld ervaren als u aan het sporten bent. Misschien hebt u wel eens meegemaakt dat u in een wedstrijd zo goed presteerde dat alles bijna automatisch verliep. Dan bent u alleen maar bezig met het benutten van uw positieve kwaliteiten. En zodra u denkt: 'Als dit maar niet fout gaat' of 'Ik wil dit niet' of 'Ik stoort me aan dat', dan houden deze gedachten u weg van een top-

prestatie. Dan overschaduwden uw schaduwkwaliteiten uw kwaliteiten.

Alles begint met inzicht. Zo ontdekte ik tijdens een workshop 'schaduwwerk' dat een van de belangrijkste aspecten die mijn leven beheersten, mijn zelfbeheersing was. Ik was in staat in elke situatie het hoofd koel te houden en stressbestendig te zijn. Ik was een meester geworden in het controleren van situaties en van mensen. Ik was continu bezig om ervoor te zorgen dat ik niet boos, onaardig was of uit de toon viel.

Blijkbaar heb ik eens gehoord dat ik niet boos mocht worden, want als ik boos zou worden dan ..., vul maar in. Die boodschap is blijven hangen en gaandeweg heeft hij zich gevestigd in mijn systeem, en heb ik hem geïnternaliseerd alsof hij een waarheid is. Ik mag niet boos zijn. En natuurlijk werd ik wel eens boos. En zodra ik boos werd, kwam de controlefreak in mij op en onderdrukte die boosheid, en dat deed ik met een fantastische behendigheid. Telkens probeerde ik die boosheid te voorkomen. Zo zocht ik naar methoden om de situatie uit de weg te gaan of naar andere verdedigingsmechanismen. Als die boosheid er dan toch was, dan beheerste ik deze. Gaandeweg werd dat mijn tweede natuur en slaagde ik erin om die boosheid inderdaad te onderdrukken en dat proces te perfectioneren. Ik was nooit boos en iedereen vond mij een optimist: altijd aardig, nooit uit het veld te slaan. Een prettige vent om mee om te gaan. Dit is een voorbeeld van de manier waarop het controleren van boosheid tot een aantal vervolgreacties en mechanismen leidde. Kunt u zich ook voorstellen hoeveel energie het kost om zo'n eigenschap te beheersen of te controleren?

*Soms ben ik wat neurotisch,  
psychotisch en chaotisch,  
labiel en neo-gotisch,  
maar vandaag ben ik dat niet.*

**Herman van Veen in *Zo vrolijk*** (Harlekijn Music, H. van Veen)

Maak nu eens een irritatielijst. Schrijf eens tien personen op die u persoonlijk kent, of beroemde Nederlanders, sporters, mensen van televisie, mensen uit het theater, enzovoort. Schrijf daarachter eens wat u stoort aan die mensen. Het mogen ook mensen zijn uit uw naaste vrienden- of kennissenkring, ouders, familie, het maakt niet uit. Schrijf de namen van de personen op en daarachter in de tweede kolom waaraan u zich erger, of wat u vervelend vindt aan die mensen.

### ***Irritatie-toptien***

<b>Namen</b>	<b>Irritaties</b>
1. ....	.....
2. ....	.....
3. ....	.....
4. ....	.....
5. ....	.....
6. ....	.....
7. ....	.....
8. ....	.....
9. ....	.....
10. ....	.....

U heeft nu uw irritatie-toptien benoemd. Er staan namen van mensen op die u heel irritant, vervelend en frustrerend vindt.

Carl Jung, de beroemde psycholoog, stelde aan het begin van de vorige eeuw dat u pas iets ziet bij een ander, als u die eigenschap zelf ook hebt. Daar is een prachtige kinderwijsheid voor in de plaats gekomen, of misschien was deze kinderwijsheid er al eerder, en die zegt: 'Wat je zegt, ben je zelf'. Het lijkt op het volgende: u ziet een persoon slaafs en onderdanig met iemand anders praten. Wat zou u zien als u niet wist dat dit slaafse onderdanigheid was? U ziet pas iets bij iemand anders, als u zelf weet wat het is. En u kunt alleen die zaken herkennen, die u zelf ook hebt gehad. Er bestaat een grote kans dat u het hier niet mee eens bent. Dat is een goed teken, want dit is een soort van frustratie. En elke frustratie is een voorbode van een nieuw inzicht.

Debbie Ford schreef het boek *Licht op de schaduw*. Zij doceert onder andere schaduwwerk aan het Chopra Centre for Wellbeing in de Verenigde Staten. In haar boek geeft ze een prachtige metafoor voor uw beleefswereld, namelijk een fantastisch kasteel.

Stelt u zich eens voor dat u een groot kasteel bent met lange gangen, duizenden kamers, prachtige torens, een fantastische tuin. Kortom, een paleis. Iedere kamer in het kasteel is perfect. En elke kamer heeft iets bijzonders. En als kind onderzocht u iedere centimeter van dat kasteel, van elke kamer, zonder schaamte of oordeel. Zonder angst onderzocht u elke kamer en ontdekte u wat die kamer u te bieden had en welke juwelen daar te vinden waren. Met liefde betrad u de kamers, of het nou het toilet, de badkamer, de slaapkamer of de kelder was. Het kasteel was vol licht, liefde en verwondering. Op een dag kwam er echter iemand naar uw kasteel toe die vertelde dat een van die kamers niet zo goed was en dat die kamer eigenlijk niet in het kasteel thuishoorde. En diegene stelde voor dat, als je



een perfect kasteel wilde hebben, het beter was die ene kamer toch maar af te sluiten. Omdat u toen, zeker in uw kindertijd, liefde zocht en geaccepteerd wilde worden, sloot u snel die kamer af en dacht: Oké, nu is het kasteel een stuk beter. De tijd verstreek en er kwamen steeds meer mensen op bezoek in uw prachtige kasteel en ze gaven allemaal hun mening over die diverse kamers. Welke ze leuk vonden, welke niet, welke open konden zijn, welke fantastisch waren en waar u toch misschien maar beter afscheid van kon nemen. En langzaam maar zeker sloot u een heleboel kamers af. Gangen vol prachtige kamers werden afgesloten. Het licht kwam er niet meer in, en ze verdwenen in het donker. En vanaf die tijd sloot u steeds meer deuren, om verscheidene redenen. Bijvoorbeeld omdat u bang was, of omdat u dacht dat de kamers te overdadig waren, te veel opvielen, ten koste gingen van ... vult u maar in. Of u had zulke kamers nog nooit ergens anders gezien, en dus hoorden die kamers vast ook niet in uw kasteel thuis. Kortom, de dagen waarin uw kasteel eindelijk leek te zijn en de toekomst opwindend, waren voorbij. U hield niet langer van elke kamer met de liefde en bewondering, die u vroeger wel had. Waar u eens trots op was, wilde u liever laten verdwijnen. U probeerde ook manieren te verzinnen om die kamers kwijt te raken. Gaandeweg begon u dat veilig te vinden, het was prettig om in een overzichtelijk stuk van uw kasteel te wonen. U werd geleerd hoe het leven kon zijn als u zich concentreerde op de zaken die door iedereen geaccepteerd werden. Uw kasteel werd zo een klein rijtjeshuis.

Het is interessant dat heel veel mensen zoveel kamers afgesloten hebben, dat ze zelfs vergeten zijn dat ze ooit zo'n prachtig kasteel waren. Ze denken eigenlijk dat ze slechts een klein huisje zijn met een paar slaapkamers, wat achterstallig onderhoud en een rommelige tuin.

Wilt u het kasteel weer inrichten, dan is het goed de kamers te openen. Daarvoor heeft u inzicht nodig in de afgesloten kamers.

Een persoonlijk inzicht. Regelmatig spreek ik mijn vrouw. Dat is op zich niet verwonderlijk, want ik ben al negen jaar met haar getrouwd en we hebben drie prachtige kinderen. Zij is de mooiste vrouw die ik ben tegengekomen in mijn leven. Mijn wens is om continu van haar en met haar nieuwe dingen te leren. Een lange tijd heb ik gedacht dat zij een oppervlakkig leven leidde. Dat is iets wat ze zelf zei en wat ik ook wel herkende. Onlangs hield ik een presentatie op een congres op uitnodiging van een vriend van me. Hij organiseerde dit samen met zijn businesspartner. De zaal zat vol en ik zou in het laatste deel van de middag een presentatie geven. Die liep anders dan ik verwacht had. Het kostte veel moeite de zaal enthousiast te krijgen en tijdens mijn presentatie bleek dat ik een andere focus had dan veel van de deelnemers. Na afloop werd dit bevestigd door feedback van enkele deelnemers.

De week daarna sprak ik Eelco, de organisator en vriend, die fijntjes de feedback van de deelnemers voor me samenvatte. Een van de termen die bij mij snoeihard binnenkwam, was dat de presentatie 'oppervlakkig' was. Al die andere punten, daar kon ik me wat bij voorstellen, maar 'oppervlakkig' paste niet bij mijn presentatie, vond ik. Mijn vrouw was oppervlakkig, ik niet!

Naderhand hebben wij daar nog twee goede gesprekken over gevoerd. Gaandeweg herkende ik dat mijn presentatie oppervlakkig was geweest, ik erkende dat het zo was en uiteindelijk accepteerde ik dat ook ik oppervlakkig ben in bepaalde situaties. En zo kon ik het begrijpen, erkennen en loslaten.

Nu is het de kunst om uw irritaties ten aanzien van andere mensen op de juiste manier een plaats te geven binnen uw werkelijkheid. Instinctief deinzen we terug voor negatieve projecties. Het is voor uzelf eenvoudiger om te onderzoeken waardoor u zich wél aangetrokken voelt, dan om te kijken naar wat u verafschuwt. Dat is een soort natuurlijk proces. Als ik me beledigd voel door de arrogantie van iemand anders, komt dat in feite doordat ik mijn eigen arrogantie niet accepteer. Dit gevoel kan betrekking hebben op hoe ik me nu gedraag ten opzichte van anderen, die mij ook arrogant noemen. Of op andere situaties waarin ik arrogant ben geweest. Of op de ontkenning dat ik eventueel in de toekomst arrogant zou kunnen zijn. Als die arrogantie mij raakt en die negatieve kwaliteit mij beïnvloedt, dan is het belangrijk dit te onderzoeken. Vraag u dan af:

1. *Ben ik in het verleden ooit* .....  
.....  
(vul hier de negatieve kwaliteit in) geweest?
2. *Ben ik op dit moment* .....  
..... ?
3. *Zou ik in de toekomst* .....  
..... kunnen zijn?

Deze drie vragen maken het voor u helder in hoeverre u die negatieve kwaliteit, die u in anderen zo verafschuwt, zelf ook heeft. Kent u die prachtige anekdote van Hans Wiegel, die eens een presentatie gaf aan een groep studenten van de Technische Universiteit Twente in de tijd dat hij nog in de nationale politiek zat? Uiteraard zaten er in de zaal mensen die hem inspirerend en interessant vonden en er zaten mensen die hem wel even uit de tent wilden lokken. Een van de studenten

had de moed om in de aanloop van de presentatie naar Hans Wiegel te roepen: 'Boerenlul!' Wiegel kijkt op, begint te glimlachen en roept terug in de richting waar de opmerking vandaan komt: 'Aangenaam meneer, ik ben blij dat u zich voorstelt, mijn naam is Hans Wiegel.'

Hier draait het om. Het is een voorbeeld hoe iets wat negatief bedoeld is, niet aankomt bij de ontvanger, omdat hij er geen associatie meer mee heeft. Die houding willen we uiteindelijk bereiken. De negatieve kwaliteiten die we hebben accepteren en vrij zijn om ermee om te gaan zoals we willen. Dit neutraliseren of integreren is overigens iets anders dan het beheersen of controleren van uw reactie, weet u nog?

Verdiep u nu eens in tien mensen die u bewondert. Welke mensen vindt u fantastisch? Wie inspireren, motiveren u? Kortom, mensen die u waardeert.

**Bewonder-toptien**

Naam	Kwaliteiten
1. ....	.....
2. ....	.....
3. ....	.....
4. ....	.....
5. ....	.....
6. ....	.....
7. ....	.....
8. ....	.....
9. ....	.....
10. ....	.....



verder dan uw afweermechanismen en verdediging, dan de ontkenning dat die aspecten op u van toepassing zouden zijn. Kijk verder en ontdek waar ze eventueel wel op u betrekking hebben. De snelste en eenvoudigste oplossing is nu roepen: 'Dat ben ik niet, dat zijn die mensen en dat zegt niks over mij.' Maar wat is het u waard om te ontdekken hoe deze irritaties u iets kunnen leren? Zo'n ontdekkingstocht begint bij het zoeken naar het moment dat u die aspecten ook heeft gehad, zou kunnen hebben, of heeft.

Let er overigens op dat u een weloverwogen conclusie trekt. U kunt in een valkuil stappen wanneer u denkt dat u een afschuwelijk persoon bent die alle tien vervelende aspecten heeft, helemaal. Wacht met die conclusie tot u de volgende oefening heeft gedaan.

In essentie bezit iedereen alle positieve eigenschappen en alle tegenpolen. Ze maken gewoonweg deel uit van ons mens-zijn. Maar de impact en invloed zijn voor iedereen anders, doordat uw oorsprong, uw opvoeding, uw opleiding en uw omgeving specifiek voor u zijn. Dit noem ik de 4 O's. Tot bijvoorbeeld uw oorsprong horen uw genetische aanleg, voorouders, familie, geboorteplaats, geboortetijd, enzovoort. Tot uw opvoeding reken ik uw ouders, opvoeders, gezinsleden, familieleden, onderwijzers basisschool, oppassen, enzovoort. De opleiding bestaat uit de basisschool, middelbare school, hogere opleiding, cursussen, opleidingen, trainingen, enzovoort. En uw omgeving bestaat uit de omgeving waarin u opgroeide, uw huidige fysieke omgeving, relaties, kennissen, vrienden, collega's, cultuur, maatschappij, land, enzovoort.

Deze vier O's zijn de prikkels die ons leiden en ons naar punten brengen waar we zelf veel kunnen leren.

De volgende oefening is bedoeld om uw schaduwkwaliteiten te erkennen en te accepteren. Geef uzelf eens de gelegenheid om die aspecten te leren kennen en de geschenken ervan te ontdekken. Ik verzeker u dat u aan het eind van dit proces een schat zult vinden.

Kijk eens geconcentreerd in de spiegel. Zoek een rustig moment, zorg ervoor dat de telefoon uitgeschakeld is en dat u niet gestoord wordt. Ga op een plaats zitten waar u een spiegel hebt, zo groot dat u daarin minimaal uw romp en gezicht kunt zien. Neem de lijst mee van de tien negatieve kwaliteiten. Neem rust, ontspan u en begin bij het eerste punt. Spreek uzelf toe dat u die kwaliteit ook heeft. Zeg het met veel intentie tegen uzelf. Ik heb destijds een uur voor de spiegel gezeten voor alle punten. Ik begon met: 'Ik ben een schreeuwlelijk. Ik ben net zo'n schreeuwlelijk als Emile Ratelband. Ik maak net zoveel herrie als Emile Ratelband. Ik ben een schreeuwlelijk. Ik ben ook een schreeuwlelijk.' Zeg het op een zachtere toon: 'Ik ben een enorme schreeuwlelijk. Ik ben echt een schreeuwlelijk.' En houd dit net zolang vol tot u voelt dat u een gevoelsgrens bent gepasseerd. Het kan zijn dat u een kwaliteit tien tot twintig keer herhaalt, voor u een soort van rust voelt en erkent: 'Ja, ik ben inderdaad een schreeuwlelijk.' Wanneer u zonder emoties kunt zeggen dat u die kwaliteit bezit, dan heeft u haar geaccepteerd. Let dus goed op uw gevoel. Bij deze oefening kunt u het beter te vaak zeggen dan te weinig. Te vaak zorgt voor een sterkere erkenning, te weinig zorgt voor geen effect. Doe uzelf een plezier en gun u dat geschenk.

Dan het toefje op de taart. Elke negatieve kwaliteit heeft altijd een geschenk voor u. Er zit altijd een cadeau in de kwaliteit waartegen u zich eerst zo sterk verzette.



**Angst**

Onze diepste angst is niet dat we ontoereikend zijn.  
 Onze diepste angst is dat we onmetelijk krachtig zijn.  
 Het is ons licht, niet onze schaduw, die ons  
 beangstigt.  
 We vragen onszelf af, wie ben ik om zo briljant,  
 schitterend, getalenteerd en fantastisch te zijn!  
 Eigenlijk, wie ben jij niet om het te zijn?  
 Jij bent een kind van God.  
 Wanneer je jezelf klein houdt, help je de wereld niet.  
 Er is niets verlichts aan om te krimpen,  
 zodat anderen zich niet onzeker voelen bij jou.  
 We zijn geboren om de pracht van God te  
 manifesteren die in ons is.  
 Dit is niet in sommigen van ons, het is in iedereen.  
 En wanneer we ons eigen licht laten schijnen,  
 geven we onbewust anderen toestemming om  
 hetzelfde te doen.  
 Want wanneer we bevrijd zijn van onze angsten,  
 bevrijdt onze aanwezigheid anderen automatisch.

**Marianne Williamson**

Nelson Mandela las dit gedicht voor tijdens zijn inaugurele rede tot president van Zuid-Afrika in 1994.

**6.4 Emoties**

*Time is getting cold.  
 What is going on?  
 What is on your mind?  
 Are your feelings gone?  
 Need to see it there.  
 Where do we go.  
 Why are you doing things?  
 All the things you do.*

**Haddaway in *Life*** (Nanada BV)

Charles Darwin, de grondlegger van de evolutie-theorie, ontdekte dat mensen uit alle werelddeelen van oost tot west van noord tot zuid dezelfde ge-laaitsuitdrukkingen hebben voor emoties. Hij stelde vast dat we bij een bepaalde emotie allemaal hetzelfde kijken, dezelfde uitdrukking en spierspanning hebben. Verdriet ziet er blijkbaar over de hele wereld hetzelfde uit. Dat herkent u vast wel, van tv of uit uw ervaring. U ziet dat iemand uit een ander werelddeel enorm veel verdriet heeft. Dan voelt u dat mee, waarschijnlijk. Volgens Darwin zijn onze emoties de sleutel tot overleven. De vraag is welke emoties er zijn, wat emoties zijn en waar ze vandaan komen en hoe ze ons helpen.

Er is onderzoek gedaan naar het effect van emoties op het lichaam. Dr. Elmer Green van de Mayo Kliniek in de Verenigde Staten ontdekte dat een biochemische verandering in het lichaam gepaard gaat met een verandering in de mentaal emotionele staat. En omgekeerd gebeurt hetzelfde: een verandering in de mentaal emotionele staat gaat vergezeld van een daarop afgestemde verandering in de biochemische lichaamsstaat. Ons

lichaam ontvangt dus blijkbaar signalen van bepaalde emoties.

Wanneer u emoties onderdrukt, kan dat betekenen dat u daarmee energie verstoort, tegenhoudt. En het kan ertoe leiden dat u energievretende spanningsvelden in het lichaam creëert. Het kost ook energie om die emoties te onderdrukken. Het kan zelfs zijn dat u, door een aantal emoties te onderdrukken, in een negatief energetische staat komt. Met andere woorden, we onttrekken energie aan ons lichaam wanneer we emoties onderdrukken.

Nou kan het zijn dat u zegt: 'Ik ben absoluut gelukkig, ik vind het allemaal fantastisch wat er gebeurt, mijn leven is een feest en emotioneel gezien is het absoluut een paradijs.'

*These days it's all in the mind*

*It's elemental*

*Don't say you're up when you're down*

*It's elemental*

#### **Tears for fears in *Elemental***

(EMI Virgin Music Ltd, EMI Music Publishing Ltd)

Kijk eens naar de volgende vragen en beantwoord ze intuïtief, zonder na te denken. Zodra u gaat denken, is de test onbetrouwbaar. In deze paragraaf mag u uw denkvermogen tot nul terugbrengen. Doet u dat maar even. Zet uw brein even uit. Ja, draait u maar even aan de knop. Oké, nu kunt u de vragen maken.

#### **6.4.1 Uw emobarometer**

Pak een stopwatch, een eierwekker of wat u heeft, en stel daar negentig seconden op in. Vul binnen negentig seconden alle open plekken in, op de lijntjes. Niet nadenken, direct schrijven.

Zodra die stopwatch op negentig seconden staat, gaat de tijd in.

- vraag 1 Ik ben veel te .....
- .....
- vraag 2 Ik zou .....
- .....
- vraag 3 Als ik me om .....
- .....
- zou bekommeren, zou ik .....
- .....
- vraag 4 Het valt me telkens op hoe slecht ik .....
- .....
- en .....
- .....
- vraag 5 Ik ben niet genoeg .....
- .....
- vraag 6 Mijn .....
- is te .....
- vraag 7 Telkens als ik .....
- .....
- straf ik mezelf met .....
- .....
- vraag 8 Ik zou niet zo vaak .....
- .....

- vraag 9 Ik word telkens weer teleurgesteld door .....
- .....
- .....
- vraag 10 Vergeleken bij .....
- .....
- ben ik .....
- .....
- vraag 11 Mannen zijn .....en
- .....
- ze zouden .....
- .....
- vraag 12 Vrouwen zijn .....
- .....
- en ze zouden .....
- .....
- vraag 13 Ouder worden is .....
- .....
- vraag 14 Jonge mensen zijn .....
- .....
- en ze zouden .....
- .....
- vraag 15 Rechtse politieke partijen zijn .....
- .....
- en ze zouden .....
- .....
- vraag 16 Linkse politieke partijen zijn .....
- .....
- en ze zouden .....
- .....

- vraag 17 Christelijke politieke partijen zijn .....
- .....
- en ze zouden .....
- .....
- vraag 18 Het kabinet is .....
- .....
- en zou .....
- .....
- vraag 19 De media zijn .....
- .....
- en zouden .....
- .....
- vraag 20 Ik ben .....
- .....
- en ik zou .....
- .....

Haalt u maar even diep adem en kijkt u maar even naar de klok. Is het gelukt binnen negentig seconden? Laten we kijken hoe u het ervan af heeft gebracht.

1. Heeft u er minder dan negentig seconden over gedaan? Ja? Dan toont u de bereidheid om uw denkvermogen uit te schakelen en u te wenden tot andere middelen die u aanzetten tot actie. U bent bereid om het denken even te stoppen en u te richten op uw gevoel. Heel goed, dat is de eerste stap om uw emoties wakker te maken.
2. Moest u lachen? Vond u het leuk? Dat hoop ik maar, want gevoel voor humor verjaagt veel mentale muizenissen.
3. Kunt u uw antwoorden overlezen zonder dat u zich



vertwijfeld afvraagt wat ze misschien over u vertellen? Kan het zijn dat hier zaken staan die u liever niet zou willen weten over uzelf, maar die u nu wel heeft opgeschreven?

Gefeliciteerd met uw moed. Ik denk dat u er nu klaar voor bent om verder op zoek te gaan naar wat u misschien af en toe mist. De metafoor van het kasteel is niet alleen op uw fysieke conditie van toepassing, maar ook op uw emoties. Ook uw emoties kunt u ontwikkelen. U kunt uw emospectrum zo ver vergroten als u maar wilt. Zie het als trainen voor een strakke buik, groter uithoudingsvermogen, grotere biceps, mooiere billen, enzovoort.

Nederland is een prachtig land. Europa is een fantastisch werelddeel, maar er zijn heel wat verschillen tussen Nederlanders en andere Europeanen. In Nederland hebben we blijkbaar een keer afgesproken (onbewust), dat we alles mogen delen met elkaar zolang het maar positief is en niet ten nadele van anderen gebeurt. Het lijkt op de uitspraak van Henry Ford, weet u nog, over die kleur van de auto.

Calvijn en Luther begrijpen misschien waar dit idee vandaan komt en hoe het zich ontwikkeld heeft. We focussen ons vooral op de zaken die niet goed gaan en de fouten die gemaakt worden. Denk maar eens aan de proefwerken, tentamens en tests die u op school deed. Het is mij telkens opgevallen dat, als ik een proefwerk terugkeeg, er altijd op vermeld stond hoeveel fout ik had. Wanneer ik 3 van de 30 vragen fout had, betekende dat altijd dat ik er 27 goed had. Dat voelt toch echt anders, merkt u. Het heeft alles met de focus te maken. Het is maar waar u naar kijkt. Herkent u misschien het volgende denkbeeldige gesprek: Ik kom thuis met de uitslag van een test. Apetrots.

**Ik**

😊 'Nou, ik had lekker 27 goed!'

😐 'Nou, 30 vragen.'

😐 'Ja ...'

**Ander**

'Oh 😊. op hoeveel vragen is dat dan?'

'Oh, 😐 toch nog drie fout?'

Kortom, we hebben een focus die ons regelmatig naar dat negatieve stuk laat kijken. Of wat we negatief benoemen. En tot overmaat van ramp kijken we er weliswaar naar, maar we hebben het er niet over. We onderdrukken het en beheersen het. Regelmatig hoor ik nog: doe maar gewoon, nuchter, bescheiden, enzovoort. Een man mag niet huilen. Boos zijn doe je niet in gezelschap. Verdriet toon je maar thuis. Waarom teleurstelling, er is nog zoveel moois. Enzovoort. We hebben wel aandacht voor negatieve aspecten, maar we praten er liever niet over.

De ratio voerde dus lange tijd de boventoon. Eeuwenlang hebben we ons gefocust op het ontwikkelen van ons verstand. Logica, intelligentie en wetenschap waren middelen waarmee we zouden kunnen overleven. De wetenschap is er inmiddels achtergekomen dat er meer is dan logica. Er is zelfs ontdekt dat ons vermogen om emoties te hebben heel oud is. Het was al aanwezig in de hersenstam van de primitieve mens voordat het denkende deel van de hersenen, de neo cortex of grote hersenen, zich ontwikkelde en dominant werd.

In het begin van de evolutie werden wij blijkbaar eerder door onze emoties gedreven dan door ons denken. Wat nog interessanter is, is dat de emotionele centra in de hersenen zich zijn blijven ontwikkelen tegelijk met de neo cortex en nu helemaal in de hersenen zijn geïntegreerd. Daar hebben zij een enorme invloed op alle hersenfuncties, blijkt uit onderzoek. Een belangrijke ont-

dekker op dit terrein is Jozef Ledoux van de Universiteit van New York, die in het begin van de jaren negentig ontdekte dat boodschappen van onze zintuigen eerst worden geregistreerd door de hersenstructuren met het emotionele geheugen, namelijk de amygdala. Hierna gaan deze impulsen door naar de neo cortex, het rationele brein.

Dit betekent dat externe prikkels via het emotiecentrum naar ons denkcentrum gaan. U kunt hieruit concluderen dat 'emotionele intelligentie' bijdraagt aan 'rationele intelligentie'. Een voorbeeld dat laat zien dat de volkswijsheid al wist dat emoties uw handelen sturen is de volgende uitspraak: *Angst is een slechte raadgever*. Zodra u een sterke emotie ervaart is het moeilijk om goede raad te verzinnen. Als u heel emotioneel bent, bent u vaak niet meer in staat bent om helder te denken.

Blijkbaar kunnen emoties leidend zijn in uw denkvermogen. Bij kinderen is het zelfs zo dat emotionele ontredde de intellectuele vermogens en het leervermogen aantast. Dit zijn de uitersten, maar u kunt zich voorstellen dat er subtielere beïnvloeding is.

In zijn baanbrekende boek, *Emotionele intelligentie*, verzamelt Daniel Goleman uitgebreide bewijsvoering en haalt hij onderzoeken aan, waaruit blijkt dat het emotionele quotiënt net zo belangrijk is als het intelligentiequotiënt wil je succesvol zijn in het leven. EQ verdient dus op hetzelfde niveau te staan als IQ. Dat is een groeisprong voor de wetenschap en voor hele volkstammen rationeel georiënteerde mensen.

Een ander schitterend voorbeeld van de manier waarop gevoel uw oordeel bepaalt, komt uit een onderzoek dat

eind jaren tachtig is gehouden aan de Universiteit van New York. Ellen de Bruin beschrijft in haar artikel 'Een kwestie van gevoel' dat veel van onze oordelen primair gebaseerd zijn op een gevoel en niet op een feit.

Het onderzoek. Psychologen projecteerden gedurende een aantal milliseconden een woord op een diascherm. Deze woorden hadden betrekking op vrede en oorlog. Ze werden zo kort geprojecteerd dat de proefpersonen het woord niet konden herkennen, laat staan lezen. Het bleek dat de proefpersonen niet konden raden welke woorden zij zagen of welke woorden bij elkaar hoorden. Maar ze konden wel zeggen of een woord een positieve betekenis (vrede) of een negatieve betekenis (oorlog) had.

Blijkbaar registreren onze hersenen gevoelsinformatie op een onbewuste manier buiten onze logica en ons bewustzijn om. De logische stap zou dan zijn, zegt men, op basis van het gevoel argumenten aan te voeren om het oordeel te ondersteunen. Dus eerst gevoel en daarna argumenten.

Dicht bij huis is er ook een dergelijk onderzoek gedaan met een interessante uitkomst, maar met een wrange bijmaak. In december 1999 werd er een NIPO-enquête gehouden over asielzoekers. Tachtig procent van de ondervraagden had nog nooit een asielzoeker ontmoet, althans niet dat men wist. Toch bleek uit het onderzoek dat veertig procent van de ondervraagden dacht dat asielzoekers criminelere waren dan de gemiddelde Nederlander. En vijftig procent van de ondervraagden had het idee dat asielzoekers veel overlast veroorzaakten. Beide opvattingen blijken niet te kloppen, zo toonde ander onderzoek aan. Kortom, onze emoties hebben vaak veel invloed op onze logica en ons verstand.

Dat geldt voor ons als verkopers, maar dat geldt ook voor klanten uiteraard. Wat zou u kunnen doen met deze kennis? Hoe zou u uw emoties kunnen ontdekken zodat u origineler bent, letterlijk. Welke emotie zou u willen uitstralen zodat de klant het juiste gevoel krijgt bij uw 'rationele' boodschap? Wat zijn nou de acties die u gaat ondernemen om uw emotiespectrum verder te ontwikkelen?

Het is essentieel dat u het hele scala aan emoties eerst herkent, dan erkent dat u die emoties heeft, en ten slotte dat u ze verkent. En dat u op zoek gaat naar wat die emoties voor u betekenen. Zo vergroot u met sprongen uw emospectrum.

Een manier om uw emospectrum te vergroten is uw woordenschat te verrijken en te herijken. Wanneer u de woorden kent, kunt u makkelijker het gevoel benoemen. Heeft u zich wel eens afgevraagd hoeveel woorden u kent? Zijn dat er tien, twintig, veertig, meer? De volgende oefening helpt u met sprongen te groeien. De eerste stap is om alle giftige emoties die u kent te benoemen. Vind bij elke letter minimaal één woord en stop pas met de oefening als u minimaal 26 woorden hebt gevonden. Let er overigens op dat er een verschil is tussen slachtofferwoorden en echte emoties. Slachtofferwoorden zijn bijvoorbeeld vernederd, afgewezen, in de steek gelaten, enzovoort. Het is een indirecte beschrijving van gedrag van iemand anders met als gevolg een reactie bij u. De vraag is wat de werkelijke emotie is in die situatie: wanneer u afgewezen wordt, wat voelt u dan echt? Het antwoord kan dan zijn: alleen, eenzaam, waardeloos. Deze laatste woorden, daar gaat het dus om. Zet hem op!

Er zijn twee soorten emoties: giftige, negatieve emoties

en voedende, positieve emoties. We starten met de giftige emoties.

**Giftige emoties**

- A. ....
- B. ....
- C. ....
- D. ....
- E. ....
- F. ....
- G. ....
- H. ....
- I. ....
- J. ....
- K. ....
- L. ....
- M. ....
- N. ....
- O. ....
- P. ....
- Q. ....
- R. ....
- S. ....
- T. ....
- U. ....
- V. ....
- W. ....
- X. ....
- Y. ....
- Z. ....

Dat is weer een stap. Voelt u al dat uw emoconditie toeneemt? Als het goed is, voelt u zich tijdens deze oefening steeds neerslachtiger worden. Dat is een logisch gevolg van deze oefening. Deze oefening kunt u ook nog samen met uw buddy doen, onder tijdsdruk, minimaal twee woorden per letter, zoveel mogelijk in één minuut. Kortom, u kunt er zoveel mee doen als u wilt.

Nu heeft u uw emospectrum aan de 'onderzijde' vergroot met de beschrijving van de giftige emoties. Het is goed om ook aan de bovenzijde uw emospectrum te vergroten met de voedende emoties. Hetzelfde recept en dan voor de positieve emoties! Geniet ervan.

**Voedende emoties**

- A. ....
- B. ....
- C. ....
- D. ....
- E. ....
- F. ....
- G. ....
- H. ....
- I. ....
- J. ....
- K. ....
- L. ....
- M. ....
- N. ....
- O. ....
- P. ....

- Q. ....
- R. ....
- S. ....
- T. ....
- U. ....
- V. ....
- W. ....
- X. ....
- Y. ....
- Z. ....

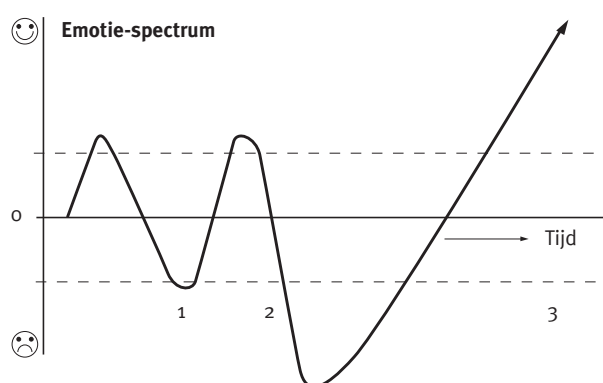
Het doel van deze oefening is uw emotionele spierkracht, uw veerkracht en flexibiliteit te versterken. Kijkt u eens hoe een kind emoties leert. Eerst alleen stil en af en toe huilen, dan huilen en lachen, dan verschillende soorten huilen en lachen, enzovoort. Het scala aan emoties wordt in de kindertijd enorm uitgebreid. Kinderen kunnen soms intens verdrietig zijn en een seconde erna weer jubelend door de tuin rennen. En daarom zijn heel veel kinderen zo opgeruimd.

*Zou je niet eindeloos rijk willen zijn, voor een dag  
 Als koning ontwaken en baden in weelde  
 Alles was goud wat je zag  
 Voor een dag, op de troon van je luchtkasteel*

**Marco Borsato in *Einde van de lijn*** (Chandler's Ford Music, H. Kooreneef, J. Ewbank)

Als u in de loop van de tijd, denk aan de kamers in uw kasteel, emoties heeft gekanaliseerd of beheerst, heeft u daarmee ook uw gevoelsleven beperkt. Weet u nog dat ik vertelde dat ik ontdekte dat mijn zelfbeheersing

mij weghield van mijn magnifieke kracht? Nu kan ik zonder schuldgevoel boos worden en het daarna ook weer goed maken met de persoon op wie ik boos ben. Zo is aan beide zijden van de emoties, de positieve en de negatieve kant, enorm veel toegevoegd. Mijn emoties zijn groter, intenser en mooier geworden en ik kan er makkelijker mee omgaan.



Emo-spectrum

In deze grafiek ziet u dat het beperken aan de schaduwzijde uw gevoelsleven in het algemeen beperkt en dus ook 'de lichtzijde'. Wanneer u bereid bent om te erkennen dat u die 'negatieve' emoties hebt (zie 1), deze wilt ontdekken en verkennen (zie 2), dan ontstaat er ruimte aan de andere zijde (zie 3). De enige methode om uw schaduw te verkleinen is niet deze nog verder in het donker weg te stoppen, maar juist hem in het licht te zetten. Eén kaars is voldoende om de donkerste schaduw te laten verdwijnen.

Zodra u in staat bent uw negatieve emoties te benoemen, te erkennen en te accepteren, zult u het de volgende keer makkelijker vinden om ze te ervaren. Met als gevolg dat u 'negatieve' emoties sneller kwijt bent

en u eerder, vaker, beter, dieper en intenser genieten kunt van de positieve emoties. In feite lijkt dit op de geschenken van de schaduwkwaliteiten.

Zo omgaan met emoties bespaart u veel energie, zoals u zich voor kunt stellen. Onderdrukken kost ook energie.

Het is overigens logisch dat uw EQ minder ontwikkeld is dan uw IQ. De eerdergenoemde vier O's hebben daar veel invloed op gehad. Heeft u bijvoorbeeld enig idee hoe vaak u tot uw zestiende jaar iets negatiefs heeft gehoord over uzelf? Hoe vaak zou dat zijn? Dat is een keer onderzocht en het blijkt dat u 165.000 keer negatieve informatie heeft gekregen. Het spreekt dan voor zich dat u bang bent om te voelen, en dat u zich verweert tegen al te sterke emoties. Weest u zich ervan bewust dat uw EQ beïnvloed is door de vier O's en dan met name door uw opvoeding, opleiding en omgeving.

#### 6.4.2 Eigen haard is goud waard, of niet?

Er zijn weinig mensen die graag toegeven dat ze zich gewapend hebben. Gewapend tegen het vervelende gevoel dat ze kregen toen ze zich schaamden of verdrietig voelden door goedbedoelde opmerkingen van hun ouders. Er zijn maar liefst acht manieren om ons te beschermen tegen een rijk gevoelsleven. Voor ik die acht manieren beschrijf, wijs ik u eerst op de oorsprong van bepaalde gevoelens.

De boodschappen uit uw jeugd blijken nog steeds door te werken. Daarom is het nuttig u die emotionele dooddoeners en andere stereotype uitspraken uit uw jeugd weer even voor de geest te halen. Dit is een van de beste manieren die ik ken om de oorsprong te achterhalen van de neiging om niets van uw gevoelens te willen weten.

Het gaat om de twee zinnen: 'Mijn moeder zei altijd' en 'Mijn vader zei altijd'. Ga eens terug in uw herinnering en begin met schrijven zodra u iets invalt. Ga hiermee lang door. Vergroot uw emoconditie en blijf luisteren naar uw herinneringen.

**Mijn moeder zei altijd ..... :**

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....
6. ....
7. ....
8. ....
9. ....
10. ....
11. ....
12. ....
13. ....
14. ....
15. ....
16. ....
17. ....
18. ....
19. ....
20. ....

Doe datzelfde met uw vader.

**Mijn vader zei altijd ..... :**

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....
6. ....
7. ....
8. ....
9. ....
10. ....
11. ....
12. ....
13. ....
14. ....
15. ....
17. ....
18. ....
19. ....
20. ....

U kunt uw emoconditie verder verbeteren en de lijst uitbreiden met andere voorbeelden. Wanneer u nog punten over hebt in de twee lijsten, vul die dan aan met situaties waarvan u voelde of wist dat u afgekeurd of afgewezen werd door uw ouders of andere gezinsleden. Dit kan non-verbaal (blikken, lachen, honen, fronsen, enzovoort) of verbaal zijn. Dus: welke situaties kunt u

zich nog voor de geest halen, waaruit bleek dat u iets niet kon of mocht.

1. Lees nu de twee lijsten nog eens door en kruis aan welke uitspraken negatief commentaar inhielden op uw *emoties* in het algemeen. Bijvoorbeeld: 'Doe niet zo chagrijnig', 'Wees nou eens lief', 'Zit toch niet altijd zo te klagen'.

2. Kruis daarna aan welke uitspraken specifiek betrekking hadden op uw gedrag, maar waardoor u zich ging schamen voor wie u was. Bijvoorbeeld: 'Gedraag je nou eens normaal', 'Doe nou eens die deur achter je luie xxxx dicht', 'Geef nou eens fatsoenlijk een hand', 'Praat nou eens duidelijk met twee woorden'.

Een van de moeilijkste zaken voor een kind is om te begrijpen dat zijn gedrag iets anders is dan hijzelf. En dat afkeuring van zijn gedrag niet leidt tot totale afwijzing van hem als mens. Daarom is het belangrijk u deze situatie weer voor de geest te halen.

3. Vergelijk het aantal kruisjes van stap 1 en 2 met het totale aantal uitspraken op uw lijstjes. Wat valt u op? Wat is uw conclusie?

Het kan zijn dat u eruit opmaakt dat zaken die u vroeger pijn deden, lang blijven hangen. Het kan zijn dat u opeens ziet dat emoties uit uw jeugd nog steeds opduiken in uw huidige leven. En het kan zijn dat deze test u het inzicht geeft dat u vroeger bijzonder veel schaamte werd aangepraat door uw opvoeders of uw ouders. Hoe aardig en liefdevol hun uitspraken overigens ook waren en hoe goedbedoeld.

Probeer nu te ervaren wat het is om die gevoelens te hebben, los van hun oorsprong. U bent namelijk altijd zelf verantwoordelijk voor datgene wat u ervaart. Het heeft dan ook geen zin om uw opvoeders aan te spreken op wat er in het verleden is gebeurd. Gedane zaken nemen toch geen keer. Het werkt beter om de lading van deze emoties los te laten en in liefde verder te gaan, juist met uw opvoeders.

Overigens zijn al deze 'negatieve' opmerkingen koren op de molen voor het stemmetje in uw hoofd, ook wel de interne rechter genoemd. Die interne rechter is degene die u telkens vraagt of u dat wel kunt, of u dat wel mag, of het wel goed gaat zo, en of u het niet beter kunt laten. De rechter die u telkens weer wijst op allerlei negatieve aspecten van wat u doet of wilt doen. De interne rechter is er simpelweg op uit u regelmatig te laten denken dat u niet goed genoeg bent. Reken af met die rechter en maak zijn kamer in uw kasteel zo klein, dat hij uiteindelijk vanzelf op zoek gaat naar een nieuwe woning!

### 6.4.3 Barrières contra uw gevoelsleven

Er zijn in totaal acht verdedigingsmechanismen om uw gevoelsleven te beperken. Die maken dat u op een andere manier aankijkt tegen de zaken die u voelt en ervaart. Dit zijn verdedigingstactieken die u gebruikt om uw eigen waarheid te creëren. Deze tactieken hebben vooral tot doel uw eigenwaarde te verkleinen en u uit balans te brengen. Zij houden u weg van het vergroten van uw emoconditie, want u gebruikt alleen uw brein en vergeet uw hart. Die acht technieken gebruikt iedereen in meer of mindere mate. Het zijn generalisaties, etiketteringen, filteren, zwart-witdenken, zelfbeschuldiging, verpersoonlijking, gedachtelezen en controle.

**1. Generalisaties**

Bij generalisatie maakt u gebruik van generale termen. Woorden die u dan gebruikt zijn: nooit, altijd, iedereen, alles, niemand, elk, ieder, geheel, allemaal, stuk voor stuk, helemaal, enzovoort. Allemaal woorden die iets groots suggereren, iets generaals suggereren.

Uitspraken die hierbij horen zijn: *Ik krijg het altijd gedaan. Iedereen denkt dat ik stom ben. Alles is mislukt. Niemand vindt mij aardig. Dat heb ik altijd. Het draait altijd om geld. Ik ben nou eenmaal zoals ik ben. Mannen zijn allemaal hetzelfde. Vrouwen doen telkens ...* enzovoort.

Schrijf eens op welke generalisaties u wel eens gebruikt.

1. ....  
.....
2. ....  
.....
3. ....  
.....
4. ....  
.....
5. ....  
.....

**2. Etikettering**

Etikettering maakt stereotypen van mensen, dingen, gedrag en ervaringen. Dit wordt vooral vaak gedaan bij uw uiterlijk, prestaties, intelligentie, relaties, enzovoort. Voorbeelden hiervan zijn: *Mijn huis is een zwijnenstal. Mijn diploma is een waardeloos vod. Ik ben een neuroot. Ik ben een verliezer. Ik ben een chaoot. Ik heb geen ruggengraat. Ik ben een zwakkeling. Ik ben altijd moe.*

Welke etiketten gebruikt u voor uzelf of voor anderen? Welke stereotypen gebruikt u om een etiket te plakken op anderen of op uzelf?

1. ....  
.....
2. ....  
.....
3. ....  
.....
4. ....  
.....
5. ....  
.....

**3. Filteren**

Wanneer u filtert, laat u bepaalde informatie weg. Alle informatie komt via een filter bij u binnen. U heeft een soort selectieve doofheid of blindheid ontwikkeld en haalt uit elke situatie die informatie waarvan u denkt dat ze voor u van belang is. Dit doet u in positieve gevallen om een bevestiging te krijgen van uw ideeën. En in negatieve gevallen doet u dit om ervoor te zorgen dat u alleen de voorbeelden ziet die vervelend, afwijzend,



onrechtvaardig, fout of iets van dien aard zijn.  
Wat filtert u wel eens?

1. ....  
.....
2. ....  
.....
3. ....  
.....
4. ....  
.....
5. ....  
.....

**4. Zwart-witdenken**

Wanneer u in zwart-wit denkt, splitst u ervaringen en acties in twee mogelijkheden: falen of slagen, goed of fout, een held of een misdadiger, een boef of een baas. Voorbeelden van zwart-witdenken zijn: *Als ik deze order niet krijg, is mijn carrière naar de haaien. Als ik nu niet slaag, valt mijn hele wereld in duigen. Als ik dit jaar niet mijn target haal, kan ik net zo goed stoppen. Dit is de enige kans die ik krijg om er wat van te maken.*

Geeft u eens voorbeelden van uw eigen zwart-witdenken.

1. ....  
.....
2. ....  
.....

3. ....  
.....
4. ....  
.....
5. ....  
.....

**5. Zelfbeschuldiging**

In dit geval maakt u uzelf verwijten. U beschuldigt uzelf van alles wat er mis gaat. U bent inderdaad verantwoordelijk voor wat u doet, maar als u uzelf gaat beschuldigen voor datgene wat er gebeurt, dan creëert u een enorme ballast die u telkens meesjouwt.

In hoeverre herkent u dit? Beschuldigt u uzelf wel eens? Of praat u uzelf schuldgevoelens aan? In welke situaties gebeurt dat vooral?

1. ....  
.....
2. ....  
.....
3. ....  
.....
4. ....  
.....
5. ....  
.....

## 6. *Verpersoonlijking*

Verpersoonlijking wil zeggen dat u alles wat u meemaakt, volledig op uzelf betreft. U bent in een groep met mensen, een van de personen zit te geeuwen als teken dat het saai is en dat hij zich niet bij het onderwerp betrokken voelt, en u betreft die ongeïnteresseerdheid op uzelf. Iemand heeft kritiek of klaagt en u voelt zich direct aangevallen. U heeft het idee dat u anderen moet verdedigen of uzelf vaak moet verdedigen. U vergelijkt uzelf vaak met anderen. Die zijn knapper, groter, slimmer, intelligenter, enzovoort. Hoe zit dat bij u?

1. ....  
.....
2. ....  
.....
3. ....  
.....
4. ....  
.....
5. ....  
.....

## 7. *Gedachtelezen*

Waarschijnlijk denkt u wel eens gedachten te kunnen lezen wanneer u met een goede vriend of partner een discussie heeft over iets wat belangrijk voor u is. U *denkt* te weten wat de ander daarvan vindt of denkt. In de praktijk zit u er in 99 van de 100 gevallen naast. Vaak bent u bezig met projectie. U gaat ervan uit dat anderen net zo denken als u. U heeft in feite last van een kloonsyndroom. Dit is fataal voor uw eigenwaarde, omdat u gelooft dat iedereen u ziet zoals u uzelf ziet.

En ook dit is een beperking van uw gevoelsleven.

Bij gedachtelezen krijgt u vragen als: *Ben ik lastig? Verveel ik u? Snapt u me wel? U bent zo stil, bent u boos op me? U let op alles wat ik doe, u ziet alles wat ik niet doe.* Bij gedachtelezen krijgt u telkens een bevestiging van uw opvattingen, want u filtert (een van de vorige technieken) de informatie weg die niet past bij de gedachte die u heeft. Daarmee creëert u weer bevestiging voor het feit dat u de juiste gedachte heeft. En dat rechtvaardigt u voor uzelf met: *Dat weet ik gewoon. Dat voel ik toch* (wat bij gedachtelezen per definitie niet kan, want denken is niet voelen). *Dat zie ik toch. Dat is toch mijn ervaring met jou.*

Hoe vaak komt het voor dat u gedachten leest en in feite projecteert?

1. ....  
.....
2. ....  
.....
3. ....  
.....
4. ....  
.....
5. ....  
.....

## 8. *Controle*

Bij controle zijn er maar twee mogelijkheden: of u bent verantwoordelijk voor de hele wereld, of u staat er helemaal buiten. De controlefreaks proberen elk aspect van elke situatie maximaal te sturen en te beheersen. Zij

voelen zich enorm verloren als de zaken niet volgens plan gaan en nemen zich dan voor om nog sterker te controleren. *Ik zal ervoor zorgen dat het gaat op de manier waarop ik dat wens. Ik zal ervoor zorgen dat deze deal doorgaat. Ik ben er verantwoordelijk voor dat klant x tevreden is.*

En u stort u helemaal op het totale proces met als doelstelling het helemaal te beheersen. En als u geen controle hebt, hebt u het gevoel dat u volledig buiten de wereld staat en dat alle andere mensen verantwoordelijk worden voor uw prestaties en dat u overgeleverd bent aan de woeste wereld. U voelt u machteloos, hulpeloos en een slachtoffer van de omstandigheden. In welke situaties bent u een liefhebber van controle en beheersen?

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....

Wanneer u een van deze verdedigingsmechanismen gebruikt, saboteert u uzelf. Veranderen doet in eerste instantie pijn en deze verdedigingsmechanismen houden u weg van die pijn. Hierna heb ik alle verdedigingsmechanismen nog eens kort op een rij gezet:

- Generalisatie** Een geïsoleerde gebeurtenis maakt u universeel geldend. Als u een keer mislukt, mislukt u altijd.
- Etikettering** U maakt stereotypen van anderen en uzelf in plaats van uw eigen en andermans kwaliteiten nauwkeurig te omschrijven.
- Filteren** U richt uw aandacht op het negatieve, en laat het positieve weg. U denkt selectief.
- Zwart-witdenken** Er zijn maar twee kanten aan een geldstuk: kop of munt. Alles is zwart-wit, er is geen grijs gebied.
- Zelfbeschuldiging** U beschuldigt uzelf. U maakt uzelf verwijten over zaken die misschien niet eens uw eigen schuld zijn of waar u geen invloed op kon uitoefenen.
- Verpersoonlijking** U neemt aan dat alles op u betrekking heeft en u vergelijkt uzelf negatief met anderen.
- Gedachtelezen** U neemt aan dat anderen u niet zo aardig vinden, wellicht boos zijn op u of niet om u geven, zonder dat u daar bewijs voor heeft.
- Controle** U wilt elke situatie controleren. U wilt verantwoordelijk zijn voor uw eigen resultaat en daarvoor wilt u het totale proces onder controle hebben en beheersen. Of u bent helemaal verantwoordelijk voor alles en iedereen of u heeft helemaal geen controle meer en u bent een machteloos slachtoffer.

Vinkt u nu eens in de eerste kolom af welke van deze technieken bij u dominant zijn. En kunt u ook zien dat deze denktechnieken u uit balans brengen, waardoor u nog meer gaat nadenken over wat er gebeurd is waardoor u in een vicieuze cirkel belandt?

De eerste en belangrijkste stap hebt u nu genomen. U bent zich namelijk bewust geworden van deze acht technieken. En doordat u zich ervan bewust bent, valt

het u de eerstkomende dagen op wanneer u ze gebruikt. Hierdoor ontnemt u de interne rechter veel macht en ruimte. Het gevolg is dat u een stuk prettiger omgaat met situaties die u raken en dat u nog beter voelt wat u ervaart.

Ook uw lichaam helpt u. Dit is namelijk de belangrijkste antenne die u heeft voor uw gevoel. U kunt zelfs uw lichaam gebruiken om uw gevoel beter te kunnen benoemen. De kunst is dan om u bewust te zijn welk gevoel u heeft en waar u die heeft.

Vraagt u zich eens af wat u de afgelopen weken meemaakte:

Als u zich niet lekker voelde, weet u dan nog precies waar u pijn had? Wat voor gevoel was dat precies? En als u zich opgetogen of uitgelaten voelde, waar in uw lichaam speelde dat dan?

De volgende vragen helpen om uw gevoelsleven verder te verrijken.

Waar in uw lichaam voelt u precies angst? Denkt u eens aan een situatie waarin u erg bang werd: waar in uw lichaam voelde u die angst precies?

.....  
.....

Waar in uw lichaam voelt u woede?

.....  
.....

Waar in uw lichaam voelt u blijdschap?

.....  
.....

Waar in uw lichaam voelt u verdriet?

.....  
.....

Waar in uw lichaam voelt u onzekerheid?

.....  
.....

Waar in uw lichaam voelt u afwijzing of gekwetstheid?

.....  
.....

Waar in uw lichaam voelt u liefde?

.....  
.....

Dit is een belangrijke oefening om te ervaren waar uw gevoel zich bevindt. Het kan goed zijn dat uw gevoel zich afspeelt vanaf uw wenkbrauwen naar boven toe; en dan bent u een echte denker. Welkom in het Westen dat bekend staat om zijn denkvermogen.

Maar wilt u een echte Hart Seller worden, dan is het nuttig een paar weken lang op ontdekkingsreis te gaan naar uw eigen gevoelsleven. Waar voelt u wat? En wanneer voelde u dat? Zijn er ook emoties die u niet kon lokaliseren? Kan het zijn dat u zich de emoties van de afgelopen weken niet meer herinnert?

Denkt u vooral na over uw emoties, dan is het nuttig dat u een aantal weken lekker gaat oefenen en ervaart waar uw gevoel zit in uw lichaam.

Als u het moeilijk vond om gevoelens te lokaliseren, dan is wellicht de volgende oefening voor u handig.

Hebt u het afgelopen jaar wel eens last gehad van buikpijn, hoofdpijn, migraine, rugpijn, stijve nek, zweren in uw mond of op uw handen of elders, verkoudheid die terugkwam, astma, slapeloosheid, enzovoort?

Elk van deze klachten kán een signaal zijn dat u gevoelens wegdrukt die tóch uw aandacht vragen. Hoe meer klachten u bekend voorkomen, hoe belangrijker het voor u is om stil te staan bij de signalen die er zijn. Betekent te veel hoofdpijn wellicht te veel 'mentaal denkwerk'? (Dat lijkt dubbelop maar is bewust zo beschreven.) Zou ontspanning (het woord is ook interessant) daarvoor een goede remedie zijn?

Als u zo deze gevoelens onder de loep neemt, heeft u een belangrijke stap gezet. Allereerst om uw emoconditie te verbeteren en ten tweede om afscheid te nemen van veel van deze kwalen of kwaaltjes.

Naarmate u vaker en beter voelt, zal het makkelijker zijn om u te richten op de prettige zaken en u af te wenden van de pijnlijke zaken. De signalen zijn cruciaal om ervoor te zorgen dat u sneller en dichter bij uw werkelijke hartstocht komt.

Denkt u ook eens aan de volgende uitspraken:

*Wat betekent het als iemand zijn gal spuwt?*

*Wat heb je op je lever?*

*Een gebroken hart?*

*Wat vreet er aan je?*

*Wat ligt als een steen op de maag?*

*Dat is onverteerbaar.*

Uw lichaam is uw kompas op de weg die u bewandelt. Naarmate u daar beter naar luistert, blijft u beter op de weg en komt u sneller op de plaats van bestemming. Uw emoties zijn in feite de verkeersborden op de snel-

weg naar uw geluk en naar een topprestatie als Hart Seller. Als u op de juiste manier met emoties omgaat, zult u steeds vaker prettige emoties ervaren en daardoor steeds gemakkelijker uw kwaliteiten kunnen benutten en minder last hebben van de negatieve kwaliteiten. Uw gedrag zal soepeler, natuurlijker en prettiger aanvoelen.

Wel is er nog een aantal aspecten van belang, die ervoor zorgen dat u koers houdt. Dat zijn uw waarden en overtuigingen.

## 6.5 Waarden en overtuigingen

*Now the world is getting older*

*There's a few things to be said*

*Do you believe the things they told you*

*Do you believe the things you've read*

**Mike & the Mecanics in *Word of Mouth*** (Hit & Run Music Ltd, EMI Music Publishing Ltd)



Een processysteem dat congruent is, presteert fantastisch. Een machine waarin alle radertjes op de juiste momenten de juiste actie ondernemen en met elkaar samenwerken, loopt foutloos. Een proces waarin alle stappen op elkaar zijn afgestemd en met elkaar harmonieus dezelfde richting opgaan, creëert magnifieke resultaten. Het voorbeeld van de machine is het eenvoudigst. Zodra alle radertjes in elkaar grijpen, weet u dat de machine soepel loopt. De onderdelen moeten samenwerken. Iedere handeling moet op elke andere handeling steunen, wil het systeem op topniveau kunnen functioneren. Dit is de essentie van congruentie.

Datzelfde geldt voor uw interne systeem, voor uzelf.

Zodra alle onderdelen van u dezelfde richting opgaan, zult u topprestaties leveren. Pieter van den Hoogenband kwam grijnzend uit het bad in Sydney na zijn gouden medaille op de vijftig meter vrije slag en iedereen zag aan hem dat álles wat hij uitstraalde harmonieus was, congruent was. En zelfs op zo'n moment zei hij tegen een journalist: 'Ik heb het hardst gezwommen van de hele wereld (weer een wereldrecord), en ik voel dat ik nog veel harder kan.' Dat is de essentie van het volgende stuk: wanneer hij daar op zo'n moment van overtuigd is, dan zullen we die nieuwe topprestaties vanzelf zien ...

Zo kunnen overtuigingen en waarden helpen om topprestaties te leveren, of juist niet ...

### 6.5.1 Wat zijn uw waarden?

Waarden zijn uw ideeën over wat waardevol voor u is. Uw waarden vormen in feite een beeld of systeem van wat goed en kwaad, mogelijk en onmogelijk, haalbaar en niet haalbaar is. Uw waarden zijn in feite het besturingssysteem van uzelf. Net zoals Windows de programma's op uw computer bestuurt, ondersteunen uw waarden uw motivatie. De waarden zijn de brandstof van uw motivatie en actie.

Hoe werkt dat? Het klinkt natuurlijk mooi, maar hoe komt u er nu achter wat uw waarden zijn? Het bijzondere is dat uw waarden waarschijnlijk ergens in de loop van uw leven gevormd zijn. In deze kwestie spelen ook weer de vier O's een rol. Waarden zijn gevormd door uw omgeving, door uw opvoeders, door gebeurtenissen die u heeft meegemaakt, door kennis en ervaringen, door resultaten en falen, naar aanleiding van toekomstige wensen, enzovoort.

Een voorbeeld van twee managers die ik begeleidde in een samenwerkingsverband. Laten we hen voor het gemak Gijs en Henk noemen. Gijs was een open en extraverte man, met een ruime ervaring en veel zakelijke successen. Henk was ambitieus, creatief, intelligent en wilde absoluut een succes maken van de samenwerking. Henk ging samen met Gijs een partnerschap aan en wilde een nieuw bedrijf starten. Op een gegeven moment gingen we de waarden van de twee mannen op een rij zetten. Voor Gijs was het vooral van belang om respect, vertrouwen en zelfstandigheid te hebben. Voor Henk was macht de belangrijkste waarde, daarna eerlijkheid en vervolgens wijsheid.

Als u die twee waardenladders met elkaar vergelijkt, ziet u waar de kiem van het conflict ligt. Henk was uit op macht en Gijs was niet geïnteresseerd in macht. Gaandeweg ontstonden er zoveel problemen dat de samenwerking beëindigd werd waarna beiden een nieuwe partner zochten en een nieuwe weg insloegen. Deze waarden lagen namelijk zo verankerd in de persoonlijkheden van Gijs en Henk, dat ze die niet eenvoudig overboord konden zetten. Mijn hulp werd overigens pas ingeroepen toen ze al heel wat aanvaringen hadden gehad, en er maar niet achterkwamen waar dat aan lag. Uiteindelijk zijn beiden afzonderlijk van elkaar succesvol geworden.

Wilt u werkelijk veranderen, dan is het cruciaal dat u weet welke waarden u leiden. Daar kunt u op verschillende manieren achterkomen. De eerste manier is samen met uw buddy een gesprek te voeren over dit specifieke onderwerp. Het enige wat u hoeft te doen, is naar eer en geweten en vanuit rust en ontspanning antwoord te geven op de vragen die u gesteld krijgt.

**Stap 1**

U start met uw waarden in een context, een kader, te plaatsen. Zo krijgt u een bepaald beeld voor ogen en op basis daarvan kunt u sneller en makkelijker uw waarden oproepen. U kunt daarbij bijvoorbeeld kiezen uit een van de volgende drie categorieën: werk, privé of relaties. Als u dan bijvoorbeeld kiest voor relaties, dan kan zo'n gesprek als volgt lopen:

<b>Buddy</b>	<b>U</b>
Wat is voor jou het belangrijkste in een persoonlijke relatie?	Een gevoel van steun.
Wat is dan belangrijk met betrekking tot steun?	Het laten zien dat iemand van me houdt.
Wat is dan het belangrijkste van het feit dat iemand van je houdt?	Dat geeft me een gevoel van blijdschap en acceptatie.
Wat is dan het belangrijkste aan ...?	Enzovoort.

Door voortdurend te blijven vragen: 'Wat is het belangrijkste?', krijgt u een lijst met waarden. Die lijst met waarden schrijft u op.

**Stap 2**

Uw belangrijkste waarden hebt u nu in kaart gebracht. Het bepalen van de relaties tussen de waarden is stap 2. Om een helder beeld te krijgen van iemands waardenhiërarchie of waardenladder hoeft u alleen maar de lijst met waarden door te nemen en onderling te vergelijken. De vergelijking uit het bovenstaande voorbeeld is dan bijvoorbeeld: 'Wat is belangrijker voor jou? Gesteund worden of blijdschap voelen?' Als het antwoord is 'blijdschap voelen', dan weet u dat dat hoger ligt in de waardenhiërarchie.

Dan kan uw buddy vragen: 'Wat is dan belangrijker voor jou, blijdschap voelen of dat iemand van je houdt?' Als het antwoord dan weer is 'blijdschap voelen', dan is dit van de waarden die hiervoor genoemd zijn, de belangrijkste.

Dan gaat u naar de volgende waarden: 'Wat is belangrijker, je geliefd voelen of gesteund worden?' En dan kan de ander zeggen dat ze allebei heel belangrijk zijn. 'Dat kan ik me voorstellen,' zegt de buddy dan. 'Wat is belangrijker, dat iemand van je houdt of dat iemand je steunt?' Dan kan de ander zeggen: 'Het is belangrijker dat iemand van me houdt.' Dan weet u dat liefde blijkbaar een hogere plaats in de hiërarchie heeft dan steun. Zo kunt u de hele lijst doorlopen tot u in feite de totale hiërarchie heeft opgebouwd. Op die manier krijgt u een beeld van de motivatiefactoren van iemand. Zo kan iemand die steun als hoogste waarde heeft, dat continu in elke relatie zoeken. Terwijl iemand anders die steun op een derde, vierde of vijfde plaats heeft, het prima vindt wanneer hij niet gesteund wordt in een relatie en toch kan hij de relatie perfect vinden. Aldus speelt de waarde een rol in uw dagelijks leven.

Een alternatieve methode is om de waardenlijst te gebruiken (bladzijde 97) en daarmee voor uzelf op een rij te zetten wat voor u van belang is. Kopieer de pagina. Maak kaartjes van alle waarden die vermeld staan en ga als volgt te werk:

1. Verdeel de waarden eerst over de drie kolommen met de gezichtjes. De waarde die u iets doet, waarbij u iets goeds voelt, plaatst u onder het lachende gezichtje. De waarde waarvan u twijfelt of dat iets voor u is, zet u onder het horizontale mondje en de andere zet u onder het hangende mondje.

2. U heeft de waarden verdeeld en gaat nu kijken hoe ze verdeeld zijn. Als u alles onder het lachende mondje hebt gezet, mag u nu een keuze maken en de kaartjes evenredig verdelen over de andere twee kolommen. Zo dwingt u uzelf om keuzen te maken tussen de verschillende waarden. Maak de drie lijsten (onder de gezichtjes) even lang.
3. U heeft nu de waarden geselecteerd (onder het 😊) die het best aanvoelen. Nu komt het erop aan dat u ze gaat rangschikken.
4. Daarvoor gaat u de verschillende waarden met elkaar te vergelijken. Stel dat u begrip, harmonie en respect toevallig als bovenste heeft geplaatst. Dan vraagt u zich af: 'Wat is belangrijker: begrepen worden en begrip, of harmonie?' Als u dan begrip kiest, vraagt u zich vervolgens af: 'Wat is belangrijker, begrip of respect?' Als u dan kiest voor respect, dan ligt respect hoger dan begrip. U verplaatst dan uw kaartje. Zo gaat u telkens de waarden met elkaar vergelijken.

Als u het moeilijk vindt om een keuze te maken, kunt u hetzelfde vragen als in de eerste methode en dan gaat u dieper in op de specifieke verhouding tussen die twee waarden. Bijvoorbeeld, als u harmonie en schoonheid als waarden heeft benoemd, en u kunt daar niet direct tussen kiezen, dan kunt u zich de vraag stellen: 'Wat is belangrijker?' Weet u het dan niet, dan kan het vervolg zijn: 'Wat betekent harmonie voor me?' en 'Wat betekent schoonheid voor me?' Als dan het antwoord is: 'Harmonie betekent het totale gevoel van vreugde en schoonheid betekent een gevoel van innerlijke vrede', dan kunt u zich afvragen: 'Wat is belangrijker: het totale gevoel van vreugde of een gevoel van innerlijke vrede?' Op basis daarvan kunt u dan eenvoudig een keuze maken tussen die twee waarden.

Als u ook niet met deze methode een keuze weet te maken tussen de verschillende waarden, dan is er nog een derde methode. Vraag dan: 'Wat zou er gebeuren als een van die twee er niet zou zijn?' Stel dat u nooit harmonieus zou kunnen leven, maar wel schoonheid kunt ervaren, wat dan? Deze vraag zal ten slotte het antwoord geven dat nodig is om de waarden te kunnen rangschikken. Langs deze weg creëert u uw eigen waardenladder.

#### Waardenlijst

😊	😐	☹️
Begrip	Intelligentie	Creativiteit
Eenvoud	Eerbied	Mannelijkheid
Gezondheid	Onberispelijkheid	Zorgzaamheid
Ingetogenheid	Rust	Plezier
Inzet	Nuchterheid	Evenwicht
Kracht	Meesterschap	Groei
Macht	Uitgesprokenheid	Prestige
Respect	Spiritualiteit	Blijdschap
Vitaliteit	Oprechtheid	Steun
Vreugde	Bescherming	Discipline
Vrouwelijkheid	Helderheid	Ontzag
Zelfstandigheid	Structuur	Passie
Kunt u zelf aanvullen	Kunt u zelf aanvullen	Kunt u zelf aanvullen
Kunt u zelf aanvullen	Kunt u zelf aanvullen	Kunt u zelf aanvullen

Nu heeft u een waardenladder voor uzelf gemaakt. Zoals u zich kunt voorstellen, kunt u voor elke relatie die u heeft zo'n waardenladder maken, zowel privé als zakelijk. Het is wel eens aardig om deze discussie te voe-



ren over uw zakelijke relaties en dit onderzoek te verichten met uw manager om te achterhalen wat de drijfveren zijn van uw manager en wat uw drijfveren zijn. En hoe die met elkaar te combineren zijn en waar mogelijke conflicten zitten. Het zal de samenwerking absoluut ten goede komen.

Wilt u echt een bijzondere relatie met uw klanten, dan is het een fantastisch experiment om deze ontdekkingsreis samen met een van uw belangrijke klanten te doen. Dan ontdekt u samen welke aspecten voor de klant bepalend zijn in een goede samenwerking.

Overigens hoeft u zo'n onderzoek niet zo expliciet te doen aan de hand van de waardenlijst die hier vermeld staat. U kunt ook heel gericht luisteren naar de woorden die uw gesprekspartner gebruikt in een enthousiast gesprek. De kernwaarden van iemand komen namelijk regelmatig aan de orde. Let u er eens op over welke waarden uw klanten het hebben. Zo kunt u aan de oppervlakte in ieder geval een aantal waarden ontdekken.

Waarden beïnvloeden u dus continu. Een diepgaand inzicht hierin kan uw leven direct veranderen. Wat dacht u van het volgende voorbeeld?

Een goede vriend van me sport veel én hij rookt, al een jaar of dertien. Hij was al verschillende malen gestopt met roken, alleen op wilskracht, maar telkens was hij toch weer gaan roken. Op een zeker moment ontdekte hij dat hij op wilskracht gestopt was met roken en al die tijd zijn eigen wil had gebruikt om niet te roken. De ommekeer kwam toen hij ontdekte dat een van zijn leidende waarden gezondheid was. Hij was tenslotte een sportman in hart en nieren. Nu zijn longen nog. Hij wilde koste wat het kost gezond blijven en dat was de

sleutel die hij nodig had. Hij transformeerde zijn wereldbeeld totaal. Hij wilde na dit inzicht niet meer 'stoppen met roken', maar hij wilde vanaf dat moment 'gezond leven'. Voelt u het verschil?

De finale stap was om de wens van de actie te koppelen aan de mogelijke uitkomst. Hij was klaar met de sigaretten en daarvoor in de plaats nam hij een gezond en lang leven. Zo ontstond er een vanzelfsprekende nieuwe verbinding op basis van zijn 'nieuwe' waarden. Het is nu meer dan een jaar geleden dat dit inzicht doorbrak en sindsdien rookt hij niet meer.

### 6.5.2 Waar bent u van overtuigd?

Wat voor rol spelen overtuigingen in uw leven, denkt u? Waarschijnlijk denkt u dat het plaatje helder is voor u en dat u weet welke waarden uw prestaties ondersteunen. Wist u ook dat uw overtuigingen mede bepalend zijn voor de mate waarin u uw potentieel echt gebruikt? Overtuigingen kunnen namelijk uw actie aansporen of juist beperken.

#### **Prestatie = Potentie – Belemmeringen**

Onlangs maakte ik een leuk voorbeeld mee van de manier waarop u krijgt wat u wilt krijgen. Ik zat aan een (overigens grote) vergadertafel met drie man. Aan de overkant van mij, in de buurt van Simon, lag een map over concurrentie. Ik had die map even nodig en vroeg aan Simon: 'Kun je mij die concurrentiemap even geven?' Hij zat met zijn gedachten bij de jaarlijkse ronde contractonderhandelingen met account ABC en zei: 'Map? Ik zie geen concurrentiemap, ik weet niet waar die is.' Ik vroeg het hem nog maar een keer: 'Wil je mij die concurrentiemap geven, hij ligt daar bij jou.' Hij zei: 'Ja, dat wil ik wel maar ik zie hem niet.' Dat ging nog

een keer zo door want ik vond het wel een interessant experiment worden. Ten slotte wees ik hem aan: 'Kijk, die map zoek ik. Wat denk je: als er Account ABC op had gestaan, had je de map dan wel gezien?'

Simon had zijn brein de opdracht gegeven om de map niet te zien: 'Ik weet niet waar die is.'

In de praktijk blijkt dat elke ervaring die je hebt, gedreven wordt door je overtuiging daarover. Wanneer je congruent met de waarden zegt dat je je iets niet kunt herinneren, dan klopt dat. Je zult het je dan niet kunnen herinneren. Het omgekeerde is ook het geval. Wanneer je congruent met je waarden zegt dat je het zeker wél kunt, dan lukt het ook. Henry Ford heeft hierover eens gezegd: 'Als je denkt dat je het kunt of als je denkt dat je het niet kunt, je krijgt in beide gevallen gelijk.'

Het bijzondere van uw overtuigingen is dus dat ze uw realiteit volledig creëren. Overtuigingen zijn voor u waarheden en u betwijfelt ze dus niet. Ze zijn voor u vanzelfsprekend en ze verschijnen in uw geest alsof ze er altijd gezeten hebben. Het zijn feitelijkheden geworden voor u. Toch wil ik uw wereldbeeld wat oprekken en eens kijken of uw overtuigingen u kunnen helpen om uw mogelijkheden uit te breiden.

Wat dacht u van deze overtuiging: 'Melk is goed voor elk.' U bent er waarschijnlijk van overtuigd dat melk goed voor u is. Uw ouders hebben dat gezegd, allerlei andere mensen herhalen het regelmatig én dagelijks ziet u commerciële boodschappen die u vertellen dat melk inderdaad gezond is.

*Father made my history  
He fought for what he thought  
Would set us somehow free  
He taught me what to say in school  
I learned it off by heart  
But now that's torn in two*

**Spandau Ballet in *Through the barricades*** (2PSW Music CV)

Ik ga nu pogen een barricade te doorbreken. Heeft u zich wel eens afgevraagd waaróm we eigenlijk melk drinken? Kent u een ander zoogdier dat melk drinkt na zijn zoogtijd? Wij zijn tenslotte nog steeds zoogdieren. Kent u wellicht een zoogdier dat melk drinkt van een ander zoogdier? Ziet u het voor u: een paard dat melk drinkt van een geit. En hebt u zich wel eens afgevraagd wat het verschil is tussen moedermelk en koeienmelk? Misschien heeft u wel eens gezien hoe een baby geniet van zijn melk. Als ik een baby zie drinken aan de borst, zie ik dat hij daar volledig van geniet. Heeft u dat ook met koeienmelk? Heeft u echter wel eens stilgestaan bij de vraag wat er in uw mond gebeurt als u melk drinkt? Er ontstaat slijmerig speeksel bij het drinken van koeienmelk. De technische details zal ik u besparen, maar het is geen 'hoerareactie' van uw lichaam, blijkt uit onderzoek.

Ik heb u nu naar een punt gevoerd, waarop u wellicht twijfelt of ik wel helemaal honderd procent ben. En dat doe ik zoals u begrijpt met een reden. Melk is namelijk niet nodig voor u. Uit onderzoeken en studies blijkt dat onze botten na ons twintigste levensjaar niet veel kalk meer opnemen. Een kalkrijk dieet (waar veel betere oplossingen voor zijn dan alleen melk) zou nuttig kunnen zijn tegen later botverlies. Maar er zijn hele volksstammen, waaronder Aziaten en Afrikanen, die helemaal

geen melk drinken en toch een redelijk gezond leven leiden. Er zijn zelfs onderzoeken die bewijzen dat zuivel bijdraagt aan botontkalking.

Wilt u nog meer weten over wat zuivel voor u doet en hoe u door geen zuivel te gebruiken vitaler, sterker en krachtiger kunt zijn? Lees dan het boek van Roy Martina *Vitaal zonder zuivel*.

Als u deze feiten nog eens op een rij zet en u kijkt terug naar uw overtuiging 'Melk is goed voor elk', wat betekent het dan nu voor u? Kijkt u er anders tegenaan? Vindt u nu dat ik gek ben, dat er bij mij een steekje loszit? Of begint u misschien toch te twijfelen en denkt u dat er een kern van waarheid in zou kunnen zitten? Waar het om gaat is dat u de volgende veronderstelling op u laat inwerken: iedere bewering van u is gedateerd en gerelateerd aan de plaats van de ervaring. Het is geen universele, ware bewering. Iets is alleen maar waar voor een bepaald persoon in een bepaalde tijd. Als u bereid bent om op die manier uw overtuiging te beschouwen, ligt er een wereld voor u open. Hierdoor bent u in staat al uw overtuigingen in uw voordeel te laten werken.

Thomas Edison wilde een lamp uitvinden. Volgens de overlevering was het hem 999 keer niet gelukt. Iemand vroeg hem op een gegeven moment: 'Gaat u nu voor de duizendste keer falen?' Hij antwoordde simpelweg: 'Ik faalde niet, ik ontdekte alleen hoe ik de elektrische lamp niet kan uitvinden.' En uiteindelijk is hij er, gelukkig voor ons, in geslaagd. Hij was er simpelweg van overtuigd dat hij een lamp kon uitvinden. Als u altijd doet wat u tot nu toe gedaan heeft, zult u altijd krijgen wat u tot nu toe gekregen heeft... De kunst is nu om te achterhalen welke overtuigingen voor u van belang zijn.

Schrijf nu eens vijf van uw overtuigingen op, waarvan u zeker weet dat ze u positief beïnvloeden hebben.

1. ....  
.....
2. ....  
.....
3. ....  
.....
4. ....  
.....
5. ....  
.....

Schrijf ook eens vijf overtuigingen van u op die u beperkt hebben en waarvan u weet dat ze u belemmerd hebben om succes te bereiken.

1. ....  
.....
2. ....  
.....
3. ....  
.....
4. ....  
.....
5. ....  
.....

Kijk nu eens naar die tien overtuigingen van uzelf. Wat kunt u daarmee? Dit is de eerste stap. Het is zaak u bewust te worden van de overtuigingen die bij u spelen en de manier waarop die uw successen bepaalden en bepalen.

Doe dat ook eens aan de hand van de volgende lijst overtuigingen. Doorloop de lijst en vink in de lijst overtuigingen af die voor u positief zijn. Doe het intuïtief en gevoelsmatig. Zodra u gaat twijfelen, is de overtuiging waarschijnlijk niet positief voor u. Lees de regel die er staat en laat de inhoud op u inwerken. Als u het idee hebt 'Ja, het klopt, het voelt goed, dat is waar voor mij', zet er dan een vinkje bij.

- 1. Alleen perfectionisme is goed genoeg.
- 2. Alles wat je meemaakt, is je eigen keuze. De wet van oorzaak en gevolg.
- 3. Alles is chaos.
- 4. Alles is al eens bedacht.
- 5. Alles wat de pijn (tijdelijk) verzacht, is noodzakelijkerwijs goed.
- 6. Alles is in harmonie, in balans.
- 7. Voor alles wat ik wil, moet ik werken.
- 8. Alles komt op tijd.
- 9. Als je iets doet, doe het dan goed.
- 10. Alles mag.
- 11. Bescheidenheid siert de mens.
- 12. Alles wat ik wil is eenvoudig te realiseren.
- 13. De mens is van nature slecht.
- 14. De geest is sterker dan het lichaam.
- 15. De mens wikt, God beschikt.
- 16. De mens is van nature goed.
- 17. De natuur is een machine. Ons lichaam is een machine.
- 18. De mooiste dingen in het leven zijn gratis.
- 19. De natuur is maakbaar. Wij kunnen ervan maken wat we willen.

- 20. De toekomst wordt alleen maar mooier.
- 21. Doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg.
- 22. De verantwoordelijkheid voor het wel en wee van anderen ligt bij henzelf.
- 23. Gedachten en emoties zijn gedragingen als reactie op externe prikkels.
- 24. Eerlijk duurt het langst.
- 25. Gedane zaken nemen geen keer.
- 26. Elk mens heeft een taak in het leven.
- 27. Geduld is een schone zaak.
- 28. Elk mens is te vertrouwen.
- 29. Geld maakt niet gelukkig.
- 30. Elk mens leert wat hij moet leren.
- 31. Geld stinkt, mensen met geld zijn hebzuchtig.
- 32. Er is geen goed of kwaad/slecht, alles is relatief.
- 33. Geluk is met de dommen.
- 34. Waar een wil is, is een weg. Willen is kunnen.
- 35. Gezondheid is de afwezigheid van ziekte.
- 36. Er is meer dan voldoende voor iedereen.
- 37. Het gras is altijd groener aan de overkant.
- 38. Er is voldoende tijd voor iedereen.
- 39. Het heeft allemaal geen zin.
- 40. Er zijn geen fouten, er is alleen feedback.
- 41. Het is nooit klaar / af.
- 42. Geest boven materie.
- 43. Het is te laat om mijn gedrag nog te veranderen.
- 44. Geld is energie, geld is overal.
- 45. Het is verkeerd om te laten zien dat je boos bent.
- 46. Geld maakt gelukkig.
- 47. Het kan niet eenvoudig zijn.
- 48. Geld stinkt niet.
- 49. Het leven is een tranendal.
- 50. Geluk dwing je af, komt naar je toe.
- 51. Het ouderschap / schoonheid / geld / enzovoort is het belangrijkste in het leven.
- 52. God heeft mij unieke talenten gegeven.

53. Ik ben beter dan . . . . .
54. Godzijdank heb ik alles, dankzij God heb ik alles.
55. Ik ben dom.
56. Het goddelijk plan voor mijn leven manifesteert zich nu.
57. Ik ben een verkoper / manager / ambtenaar / leraar / functie / enzovoort.
58. Het is goed om je kwetsbaarheid te tonen.
59. Ik ben een vervelend mens.
60. Het is oké om mijn ouders te overtreffen.
61. Ik ben geen goede partner / echtgenoot / vader / moeder.
62. Wat je geeft, krijg je terug. Wie goed doet, goed ontmoet.
63. Ik ben lelijk.
64. Hoe guller ik ben, des te meer geld ik genereer.
65. Ik ben machteloos, omdat ik gevormd ben in mijn jeugd en afhankelijk ben van mijn verleden.
66. Hoe dienstbaarder ik ben, des te meer voorspoed ik ontvang.
67. Ik ben niet creatief. Ik heb geen verbeelding.
68. Hoe meer ik hou van de dingen die ik heb, des te meer ik heb om van te houden.
69. Ik ben niets waard of ben het niet waard.
70. Hoe meer ik mijn eigen baas ben, des te meer mijn baas mij beschouwt als een gelijke.
71. Ik ben slechter dan . . . . .
72. Hoe meer ik van mezelf hou, des te beter zijn mijn relaties.
73. Ik ben superieur door mijn talent / uiterlijk / enzovoort.
74. Hoe meer ik vertrouwen op mijn intuïtie, des te meer krijg ik wat ik wil.
75. Ik ben te oud / jong /verlegen /niet in staat enzovoort om te...
76. Hoe meer ik win, des te meer jij wint; hoe meer jij wint, des te meer ik win.
77. Ik ben wat ik eet.
78. Iedereen heeft zijn eigen waarheid.
79. Ik bezit mijn lichaam.
80. Iedereen krijgt wat hem toekomt, je krijgt wat je verdient.
81. Ik denk te veel. Ik zou meer ...
82. Ik ben altijd op de juiste plaats op de juiste tijd bezig met de juiste activiteiten.
83. Ik heb altijd pech.
84. Ik ben bij mijn ouders geboren opdat ik maximaal kan groeien.
85. Ik heb altijd tijd tekort.
86. Ik ben een winnaar.
87. Ik heb de waarheid en niemand anders.
88. Ik ben genoeg, ik heb genoeg, ik doe genoeg.
89. Ik heb nooit genoeg geld.
90. Ik ben nu de persoon die ik altijd al wilde zijn.
91. Ik heb veel slaap nodig.
92. Ik heb de kracht om te slagen.
93. Ik kan gewoonweg niet met bepaalde mensen opschieten.
94. Ik heb genoeg energie om alles te volbrengen, ik heb onbenutte energie.
95. Ik kan het niet alleen; anderen moeten me helpen.
96. Ik hoef het niet allemaal te weten.
97. Ik kan nooit doen wat ik wil.
98. Ik hoef niets op te offeren om te winnen.
99. Ik kreeg nooit enige liefde, dus hoe kan ik liefde geven.
100. Ik kan God vertrouwen om leiding aan me te geven.
101. Ik mag alleen goede gedachten hebben en ik zal mijn slechte gedachten wegdrukken.
102. Ik kan het rustig aandoen en alles volbrengen.
103. Ik moet mijn eigen boontjes doppen, ik moet alles zelf doen.
104. Ik kan spiritueel en succesvol zijn, tegelijkertijd.
105. Ik praat / drink / slaap / eet / snoep / enzovoort te veel.
106. Ik ontmoet altijd de mensen die mij kunnen helpen.
107. Ik sta machteloos tegenover externe invloeden.
108. Ik sta nu open om liefde te ontvangen en te geven.
109. Ik sta machteloos tegenover onbewuste driften/mijn grillen.
110. Ik trek alleen betrouwbare mensen aan.
111. Je komt vanzelf aan de beurt, wacht maar op je beurt.
112. Ik verdien het om alles te hebben.

- 113. Mannen zijn mannelijk. Vrouwen zijn vrouwelijk.
- 114. Ik vergeef mezelf nu alle keren dat ik geweigerd heb om te ontvangen.
- 115. Meer is beter. Hoe meer, hoe beter.
- 116. In de eenvoud toont zich de ware meester.
- 117. Mensen houden niet van mij. Niemand houdt van mij.
- 118. Je kunt iedereen altijd vergeven.
- 119. Mijn lichaam is minderwaardig.
- 120. Je kunt voor alles kiezen.
- 121. Niets doen is slecht.
- 122. Komt tijd, komt raad.
- 123. Niets is zeker, behalve dat alles onzeker is.
- 124. Liefde overwint alles.
- 125. Regels zijn voor mensen die niet weten wat ze moeten doen.
- 126. Mensen houden ervan om mij te ondersteunen.
- 127. Rijkdom is alles.
- 128. Mensen houden van me wanneer ik nummer één ben.
- 129. Samen sta je sterk.
- 130. Mijn grootste zekerheid vind ik in het accepteren van onzekerheid.
- 131. Seksuele gedachten zijn slecht.
- 132. Mijn leven is één reeks van fantastische gebeurtenissen.
- 133. Voor een dubbeltje geboren, word je nooit een kwartje.
- 134. Mijn lichaam is volmaakt zoals het is.
- 135. Voortdurende economische of technologische groei is essentieel en goed.
- 136. Mijn zakenrelaties zijn gegrondvest in vriendschap.
- 137. Vroeger was alles beter.
- 138. Nu ik weet dat mijn leven wordt ondersteund, kan ik mij ontspannen en van het leven genieten.
- 139. Wanneer je boven de dertig / veertig / vijftig bent, takel je af.
- 140. Ondanks tegenslagen in het verleden gaat het me nu wel lukken.

U heeft nu een van de belangrijkste onderdelen van uw successysteem in kaart gebracht. U kent uw waarden en hebt ook een overzicht van uw overtuigingen. Uw waarden zijn de langetermijnfactoren die uw motivatie bepalen en uw overtuigingen bepalen bijna dagelijks wat u doet en wat u laat. Bewust of onbewust.

In feite zijn overtuigingen, volgens Anthony Robbins, leugens. Ze zijn waar voor u, omdat u ze als waar heeft benoemd. Maar zolang u ervoor kiest ze waar te laten zijn, kunnen ze u leiden naar een weg die u eigenlijk niet wilt. Het woord leugen kiest Robbins heel bewust om duidelijk te maken dat wellicht ook een andere kijk op de zaak mogelijk is. De kunst is nu om te kijken

1. welke overtuigingen die u benoemt heeft, in uw voordeel werken en u een prettig gevoel bezorgen, en
2. welke overtuigingen u beperken, belemmeren en tegenhouden.

Er zijn twee soorten overtuigingen. Er zijn versterkende en krachtige overtuigingen en er zijn belemmerende overtuigingen. Zoals het woord ook al zegt, creëren de versterkende overtuigingen energie; ze zijn de brandstof voor steeds meer, betere en doelgerichtere actie. De belemmerende overtuigingen zijn overtuigingen die u tegenhouden en tegenwerken of ervoor zorgen dat u continu blijft krijgen wat u tot nu toe gekregen heeft, terwijl u op iets anders hoopt.

Als u werkelijk het maximale uit uw leven wilt halen, dan is het handig om de lijst met overtuigingen nauwkeuriger te bekijken. En het maximale is voor iedereen weggelegd. Kijk eens welke soort overtuigingen u heeft aangekruist. Tel het aantal overtuigingen met een even cijfer ervoor en het aantal overtuigingen met een oneven cijfer.

Aantal	Type overtuiging
.....	Overtuigingen met een even cijfer ervoor
.....	Overtuigingen met een oneven cijfer ervoor

Kijk eerst eens naar alle overtuigingen met een even cijfer ervoor. Wat merkt u? Hoe voelt het om deze zo achter elkaar op te sommen? Lees dan eens alle overtuigingen met een oneven cijfer ervoor. Wat ervaart u nu? Wordt u hier vrolijk van of juist niet?

De tabel is zo opgezet dat alle overtuigingen met een even cijfer ervoor versterkende overtuigingen zijn en dat alle overtuigingen met een oneven cijfer ervoor belemmerende overtuigingen zijn.

Ziet u al welke overtuigingen u heeft afgevinkt? Zijn dit vooral de versterkende overtuigingen of zijn het met name de belemmerende overtuigingen? Hoe is de verhouding?

Nu denkt u misschien: 'Ja, dat is wel leuk bedacht, dat dit nu opeens belemmerende of versterkende overtuigingen zijn, maar klopt dat wel?' Dat is een logische reactie, want tot nu toe waren alle stellingen waar voor u.

De kunst is nu om ze te herijken en met deze materie te spelen. Stel u voor dat de overtuigingen met een even cijfer ervoor in uw voordeel werken en de overtuigingen met een oneven cijfer ervoor u juist tegenhouden en uw potentieel maar voor een deel aanspreken.

Dat is het begin. Een voorbeeld.

Ik sprak een keer Roy Martina, die een mooie uitspraak deed: 'The way you do anything, is the way you do everything.' Mijn eerste reactie was: 'Ha, ha, ha, dat is mooi bedacht, maar dat geldt niet voor mij.' Soms loop ik wel eens de kantjes ervan af, maar beslist niet wan-

neer het om belangrijke dingen gaat. Nee, dan doe ik extra mijn best. Maar toen ik met de uitspraak ging spelen, kreeg ik er meer gevoel bij. Ik wist dat hij nuttig voor mij was, want deze stelling raakte me namelijk (en dat is dus een reden om eens verder te kijken, net als bij de schaduwkwaliteiten). 'De manier waarop je iets doet, is de manier waarop je alles doet', kreeg zo steeds meer inhoud. Ik ben er inmiddels van overtuigd geraakt dat ik altijd op een vergelijkbare manier reageer. En dat het dan juist belangrijk is om stil te staan bij de kleine dingen die ik doe. En bovendien wat is klein?

De vraag die nog speelt is: 'Heeft u ook de overtuiging dat u uw overtuigingen kunt laten werken in uw voordeel?' In hoeverre bent u het ermee eens dat de lijst die u net afgevinkt heeft, een goed beeld geeft van wat uw drijfveren zijn? Als het overgrote deel van de afgevinke overtuigingen versterkende overtuigingen zijn, dan is het nu belangrijk om u daarvan bewust te worden en om daar dagelijks gebruik van te maken.

Welke versterkende overtuigingen zijn voor u het meest waardevol?

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....

5. ....
6. ....
7. ....
8. ....
9. ....
10. ....

Als u heel wat belemmerende overtuigingen heeft ontdekt en die ontdekking ook goed tot u heeft laten doordringen, dan is het nu de tijd om de juiste actie te ondernemen. Napoleon Hill, schrijver van het magnifieke boek *Think and grow rich*, zegt over overtuigingen: 'Als je je aandacht blijft concentreren op je doel, verdwijnen je barrières. Als je je aandacht blijft richten op je barrières, zal je doel verdwijnen.' Vooral voor verkopers is dit een essentiële uitspraak.

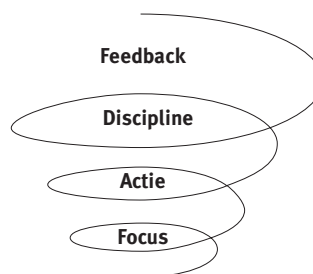
Waar het om gaat is dat u uw focus richt op die overtuigingen die u brengen op de plaats waar u wilt komen. En wellicht vraagt u zich dan af: 'Hoe werkt dat dan? Wat moet ik daar dan voor doen of voor laten?' Dat zal ik u vertellen, maar ook hier geldt dat er een deel inspiratie nodig is en daarna een groot deel transpiratie.

U heeft nu bewust gezien wat de belemmerende en wat de versterkende overtuigingen zijn. De kunst is ervoor te zorgen dat de overtuigingen u leiden naar het succes

en het resultaat dat u wilt. Dat vergt enige discipline, maar u komt dan wel in een opwaartse spiraal terecht die u steeds dichterbij de resultaten die u wilt. Het komt aan op vier punten:

1. focus;
2. actie;
3. discipline;
4. feedback.

Dit zijn de vier stappen waarin u ontdekt of u de juiste overtuigingen benut, de juiste actie onderneemt en in hoeverre dat het juiste resultaat heeft opgeleverd. Schrijf dagelijks op wat u wilde (focus), wat u heeft gedaan (actie), hoe gericht u dat deed en in hoeverre u het volhield (discipline) en wat het resultaat (feedback) was. Was het resultaat minder dan u wenste, vraag u dan af welke overtuiging u belemmerde. Kreeg u meer resultaat dan u verwachtte, stel dan ook vast welke overtuiging u hielp.



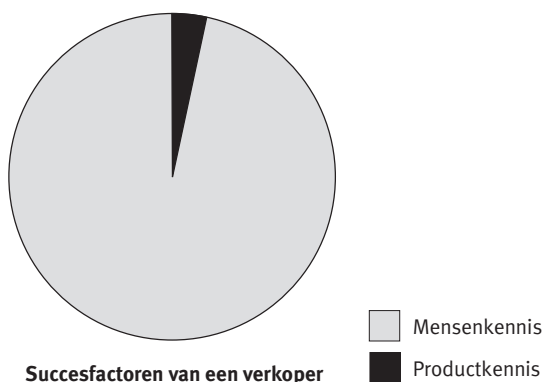
#### Resultaatspiraal

Als u ervoor kiest om deze weg op te gaan, dan zal deze weg u telkens nieuwe inzichten geven over uzelf. En als er iets is wat bepalend is voor uw toekomstige succes, dan is dit wel zelfkennis. Inzicht in uzelf, in wat u doet, beseffen wat de uitkomst daarvan is, en dat weer



koppelen aan wat u daarvoor gedaan heeft. En zo in de opwaartse spiraal terecht komen en blijven. Steeds hoger en hoger.

Joe Gandolfo staat bekend als een van de beste verkopers uit de moderne geschiedenis. Hij is wereldberoemd in de Verenigde Staten, geeft diverse lezingen en wordt niet alleen op handen gedragen door zijn collega's, maar vooral door zijn klanten. Hij heeft allerlei records gebroken op het gebied van verkopen en is continu bezig zijn zelfinzicht te vergroten. Hij heeft onder andere levensverzekeringen verkocht met een gemiddelde jaaronzet van \$ 800.000.000! Hij zegt dat verkopen voor twee procent productkennis is en voor achttien procent mensenkennis.



Ik voeg daaraan toe dat mensenkennis ontstaat met het groeien van zelfkennis. Een van de dingen die Gandolfo gedaan heeft, is een belangrijk boek lezen dat hem de weg wees naar ultiem succes. Het is het al genoemde boek van Napoleon Hill, *Think and grow rich*. Hij heeft het boek daarna nog vijftig keer gelezen! Kunt u zich voorstellen wat dat betekent? Eén boek vijftig keer lezen?

U kunt ook beginnen topverkopers als Joe Gandolfo als rolmodel te nemen en daar uw voordeel mee te doen. Topperformers blijken namelijk een aantal zaken gemeen te hebben. Deze overeenkomsten kwamen uit diverse onderzoeken naar succesvolle mensen naar voren. Tony Robbins gebruikte ze in zijn boek *Ongekende vermogens*. Hij noemt ze de 'zevens leugens van succes', omdat ze waar zijn zolang u ze als waar beschouwt. En zolang u ze als waar beschouwt, werken ze in uw voordeel. Het zijn de volgende zeven overtuigingen.

- Overtuiging 1: Alles gebeurt met een reden en een doel en dient ons.
- Overtuiging 2: Falen bestaat niet, er bestaan alleen resultaten.
- Overtuiging 3: Neem verantwoordelijkheid voor wat er ook gebeurt.
- Overtuiging 4: Het is niet nodig alles te begrijpen om alles te kunnen gebruiken.
- Overtuiging 5: Mensen zijn je grootste bron.
- Overtuiging 6: Werken is spelen.
- Overtuiging 7: Blijvend succes ontstaat door toewijding.

#### **Overtuiging 1:**

***Alles gebeurt met een reden en een doel en dient ons.***

Kunt u zich het verhaal nog herinneren van Thomas Edison, hoe hij honderden keren een methode had ontdekt hoe hij een lamp niet uit kon vinden? En hoe hij uiteindelijk met de uitvinding van de lamp een basis legde voor General Electric, tegenwoordig een van de machtigste bedrijven ter wereld?

Hij ging er ook van uit dat alles gebeurt met een reden en een doel en dat alles hem diende. Aan ieder die het maar wilde horen, legde hij uitgebreid uit dat het erom

gaat in feedback te denken en het idee vast te houden dat elke gebeurtenis ergens toe leidt.

Zo was ik eens in gesprek met een salesmanager, Peter. Het was een evaluatiegesprek naar aanleiding van een bijzondere salestraining voor zijn team. We hadden besloten dat ik hem zou coachen om het team steeds sterker en overtuigender te laten presteren en dat ik het team de basis, de vaardigheden en de overtuigingen mee zou geven om het jaar zeer succesvol af te sluiten. In die training zat een oefening waarmee duidelijk gemaakt werd wat de persoonlijkheden van de verschillende deelnemers waren. Er kwam onder andere naar voren dat een verkoper, Arjan, heel doelgericht bezig was om zichzelf steeds sterker te profileren ten opzichte van de andere verkopers. Dat was acceptabel voor de rest, want in de praktijk was hij heel aimabel, pragmatisch en prettig om mee samen te werken. In die oefening werd alleen duidelijk dat zo'n profilering ook zijn valkuilen had.

Telkens als ik Peter spreek, gaat dat op een enorm hartstochtelijke en gepassioneerde manier. Het evaluatiegesprek over de betreffende oefening was ook zo'n geanimeerd gesprek. Peter gebruikte steeds poëtischer termen voor alles wat er was gebeurd. Ik ging daarin mee en op een gegeven moment gebruikte Peter betitelingen voor Arjan, de verkoper, die minder prettig voor hem waren. Vooral los van de context zou het niet plezierig zijn die bewoordingen te horen, hoewel ze in het vuur van het gesprek wel pasten bij Peter. Het bijzondere van deze situatie was dat Arjan 'toevallig' hoorde dat er over hem gesproken werd. Hij zat in de kamer ernaast wat e-mails te versturen en op te halen. Hij hoorde flarden van het gesprek en pikte er een aantal termen uit die zijn manager over hem bezigde.

Peter was hierna enkele dagen niet op kantoor. Vier dagen later kreeg hij, weer terug op kantoor, een brief op zijn bureau. Het was een ontslagbrief waarin Arjan duidelijk maakte dat hij op deze manier niet meer met Peter wilde samenwerken. Hij hield er niet van om op deze manier beschreven te worden door zijn eigen manager. Het vertrouwen was geschonden, en hij was zodanig in zijn eer aangetast dat er geen gesprek meer mogelijk was. Behalve dan een afsluitend gesprek samen met Personeelszaken. Dit gesprek werd gevoerd en men ging uit elkaar.

Het raakte mij hoe zij beiden, Peter en Arjan, schrokken van de beslissingen en de uitspraken die gedaan waren. Ik voerde daarom met beiden een gesprek. Eerst met Peter en daarna met Arjan, afzonderlijk van elkaar. En het bleek in de gesprekken dat zij zó op elkaar leken, dat alles wat er door Peter over Arjan was gezegd, eigenlijk van toepassing was op hemzelf. En dat alles wat Arjan nu had gedaan zo sterk paste bij hoe Peter werkte, dat het wel leek alsof ze een soort onzichtbare Siamese tweeling waren. De moeilijkheid was alleen dat ze het beiden anders ervoeren.

En dat brengt me op de overtuiging dat alles gebeurt met een reden en een doel en ons dient. Tijdens het evaluatiegesprek was niet duidelijk waarom we zo'n geanimeerd gesprek hadden. Het was toeval (?) waarschijnlijk dat Arjan in de kamer ernaast zat, als u nog gelooft in toeval. De consequentie ervan was voor beiden heel onplezierig. Peter miste een verkoper in zijn team, en Arjan moest op zoek naar een andere werkgever, terwijl hij het eigenlijk prima naar zijn zin had en op weg was om zich op te werken tot salesmanager. Uiteindelijk kwamen we tot het punt waarop ze allebei beseften dat er meer aan de hand was en dat het een

groter doel diende dan alleen deze escalatie. Bijzonder leerzaam en waardevol voor hen.

**Overtuiging 2:**

***Falen bestaat niet, er bestaan alleen resultaten.***

Deze overtuiging komt bijna automatisch voort uit de eerste. Hij is net zo belangrijk. Deze overtuiging geeft u ruimte om te presteren en te experimenteren. Want naarmate we opgroeien, deinzen we vaker terug voor falen. En faalangst is een eigenschap die in de loop van de opvoeding zich vastzet en u dus beperkt.

Als u kijkt hoe een kind leert lopen, dan heeft dat weinig met faalangst te maken.

Ik herinner me nog goed dat onze tweede zoon een afstapje miste van twintig centimeter hoog, languit met zijn neus op straat viel, en een week lang met een clownsneus liep. Hij heeft enorm gehuild omdat hij pijn had in zijn neus en zijn hoofd. Maar denkt u dat hij daarna voorzichtiger ging lopen?

Niets was minder waar. Hij bleef maar gaan en telkens als hij zijn knie stootte of weer viel, had hij daar pijn en last van, maar zodra dat voorbij was, ging hij weer onverminderd voort. Hij dacht niet termen van falen of slagen, hij deed het gewoon.

Wat dacht u hiervan? Iemands levensgeschiedenis in het kort.

31 jaar, hij faalde in het bedrijfsleven.

32 jaar, hij werd bij een plaatselijke verkiezing verslagen.

34 jaar, hij faalde opnieuw in zaken.

35 jaar, hij maakte de dood van zijn geliefde mee.

36 jaar, hij kreeg een zenuwzinking.

38 jaar, hij verloor een verkiezing.

43 jaar, hij verloor een campagne voor het Congres.

46 jaar, hij verloor weer een campagne voor het Congres.

48 jaar, hij verloor weer een campagne voor het Congres.

55 jaar, hij verloor een campagne voor het senatorschap.

56 jaar, hij werd niet gekozen tot vice-president.

58 jaar, hij verloor een campagne voor het senatorschap.

Krijgt u een beeld van het leven van deze man? Hebt u een idee wat voor carrière deze man doorlopen heeft? En weet u wat er op zijn zestigste gebeurde? Hij werd president van de Verenigde Staten. De man? Abraham Lincoln.

Wat zou er gebeurd zijn, denkt u, als hij al deze verkiezingsnederlagen telkens als falen of fouten had gezien? Zou hij dan ooit president van Amerika zijn geworden? Ik betwijfel het. Kortom, falen bestaat niet. Er bestaan alleen maar resultaten.

Alles, letterlijk alles wat er gebeurt en wat u meemaakt, is een boodschap. Deze boodschappen laten u zien hoe u het anders, beter kunt doen en zetten u aan nieuwe keuzen te maken op weg naar het realiseren van uw doel.

**Overtuiging 3:**

***Neem verantwoordelijkheid voor wat er ook gebeurt.***

Een belangrijk kenmerk van succesvolle mensen is dat zij overtuigd zijn dat alles wat hen overkomt, door hen gecreëerd is. Uitspraken die daarbij horen, zijn: *Ik zorg*

*er zelf voor. Ik creëer mijn succes. Ik creëer alles. Ik ben verantwoordelijk.* Een letterlijke vertaling van antwoorden.

Deze overtuiging lijkt op de vorige, maar gaat een stap verder. Succesvolle mensen stellen dat zij verantwoordelijkheid nemen voor alles wat ze creëren. Of dat nou in gangbare termen positief of negatief is. Of het voor- delig of nadelig is, of prettig of pijnlijk.

Overigens, waarom zouden we wel verantwoordelijk zijn voor de resultaten en successen die we bereiken en waarom zouden we ontkennen dat alle vervelende zaken die we op onze weg ontmoeten, onze verantwoordelijkheid zijn? Het zijn twee zijden van dezelfde medaille.

Laten we teruggaan naar de informatiegolf en een sprekend voorbeeld nemen van het effect dat informatie heeft op het erkennen van falen. In de informatiegolf zijn openheid en eerlijkheid zeer belangrijk geworden, met name door de grote impact van snel nieuws en informatie. Het is steeds moeilijker geworden om fouten of oneerlijkheid te verbergen.

Een prachtig voorbeeld daarvan is de beursgang van World Online in 2000. Na veel tumult, hectiek, pijn, teleurstelling, verbazing en frustratie bij iedereen rond de beursgang van World Online, heeft Nina Brink nog in hetzelfde jaar ruiterslijk toegegeven dat zij fouten heeft gemaakt. Dat zij verantwoordelijk is voor de neergang en ondergang van World Online. Ze zegt het nog niet met zoveel woorden, maar ze voelt dat ze openheid van zaken moet geven. Ze wil met het vermogen dat zij opgebouwd heeft, een fonds oprichten voor alle gedupeerden van de beursgang. Uiteraard kunt u hier tegenin brengen dat het onvoldoende is en te laat en een doekje voor het bloeden. Maar het is wel

een prachtig voorbeeld van beter ten halve gekeerd dan ten hele gedwaald. Nina Brink is een fraai voorbeeld van iemand die gaandeweg ontdekt dat er meer is dan haar vermogen en zakelijk succes. En ze zegt dit geleerd te hebben van de beursgang. Zij voelt zich dus verantwoordelijk voor alles wat er gebeurd is.

Vergelijkbare situaties komen boven water in de politiek. In België zijn hiervan legio voorbeelden, maar ook in Enschede en Volendam worden beleidsbepalers ter verantwoording geroepen. Kortom, neem verantwoordelijkheid voor al uw acties, dat kan veel schelen.

#### **Overtuiging 4:**

***Het is niet nodig alles te begrijpen om alles te kunnen gebruiken.***

Dagelijks zit u in uw auto, loopt u naar de badkamer, doet u een licht aan, programmeert u uw videorecorder om uw favoriete programma op te nemen en werkt u met uw computer. Kortom, u gebruikt allerlei zaken alsof het de normaalste zaak van de wereld is.

Weet u ook precies waarom een auto zestien kleppen heeft en wat dat betekent voor de verbranding en voor het benzineverbruik? En als u het licht aandoet in uw badkamer, beseft u dan wat er technisch gezien gebeurt? Kent u ook de aansluitschema's voor de dimmer van de halogeenverlichting in uw badkamer? En uw videorecorder, weet u welke processors op welke manieren zijn verbonden? En uw computer, vraagt u zich wel eens af welke opstartbestanden nodig zijn om de computer op een veilige manier te laten werken?

Op veel van deze vragen zult u waarschijnlijk volmondig 'nee' antwoorden. En dan ben ik benieuwd of u deze situatie herkent.

De introductie van een nieuw product. Er is veel tijd in gestopt om er een prachtig product van te maken. Folders zijn ontworpen, gedrukt en volop aanwezig. De prijzen zijn bepaald, de markt is onderzocht, de concurrentie is in kaart gebracht, de kansen en voordelen geformuleerd en toch komt het product niet lekker van de grond. Is u dit ook wel eens overkomen?

Ooit werd ik gevraagd om een productintroductie bij een grote luchtvaartmaatschappij te ondersteunen. Het was een prachtig product. De productmanager, een ambitieuze doctorandus, Harry, had al zijn tijd gestopt in die introductie. Hij had vrijwel alles bedacht wat er nodig zou kunnen zijn om een soepele en feilloze introductie van het product te garanderen. Toch kwam het product niet van de grond.

De groep verkopers bestond uit meer dan twintig mannen en vrouwen van over de hele wereld. Tijdens de productintroductie bleken ze telkens nieuwe vragen te stellen over wat het product allemaal was en niet was. Welke specificaties er waren, wat er zou gebeuren als en andere scenario's die hun kennis verder vergrootten.

Topverkopers blijken niet te weten hoe die auto, die videorecorder of het lichtnet werkt. Zij willen weten wat de kernpunten zijn en gaan vervolgens daarmee aan de slag. Het is voor hun succes niet nodig alles te begrijpen om alles te kunnen gebruiken. Ze vertrouwen op zichzelf.

Denk maar weer eens aan de uitspraak van Joe Gandolfo: 'Succes is twee procent productkennis en achtennegentig procent mensenkennis.' En echte mensenkennis begint bij zelfkennis. Waar gaat u zich dus in het vervolg op richten?

### **Overtuiging 5:**

#### ***Mensen zijn je grootste bron.***

Robert is sinds een paar maanden manager van een afdeling Verkoop binnen bij een groot IT-bedrijf. Deze afdeling is veel groter dan de vorige afdeling die hij geleid heeft. Hij is gevraagd om te onderzoeken of hij in staat is ook van deze afdeling een topteam te maken. Dat is hem bij zijn vorige afdeling namelijk goed gelukt. Zijn nieuwe team heeft de afgelopen drie jaar twee managers gehad, die beiden gestrand zijn. Zij hebben zich volledig gericht op processen, producten en interne zaken en zijn vergeten om het prettig en plezierig te maken voor de mensen zelf.

Deze afdeling heeft dus de afgelopen drie jaar twee managers 'overleefd'. Wanneer Robert zich aankondigt als de nieuwe manager, is de sfeer noal sceptisch: 'We zullen nog wel eens zien of jij dat wordt.'

Robert is een typische mensenmanager, wat in feite een pleonasme is, want een manager zou zich in feite altijd om mensen moeten bekommeren. Daar verkijken veel managers zich tegenwoordig op. Ze richten hun aandacht en energie liever op processen en producten.

We zijn nu een aantal maanden verder. De club zit lekker in haar vel, ze is onlangs verhuisd, de mensen werken samen, er is een basis voor openheid en eerlijkheid. En Robert is er de eerste maanden al in geslaagd om een basis van vertrouwen te creëren, die zo van belang is voor hun gezamenlijke toekomst. Uiteindelijk levert het team, onder leiding van Robert, de beste performance van alle vergelijkbare afdelingen. Ze halen target na target en overtreffen het jaargetarget. Zo winnen ze ook alle prijzen die er te verdienen zijn.

Een van de kernvragen die bij de overtuiging 'mensen zijn je grootste bron' hoort, is: *werkt u samen met uw collega's dankzij hen of ondanks hen?* En datzelfde kunt u zich afvragen voor uw klanten, uw manager, uw relaties, enzovoort. En hoe is het privé? Bereikt u wat u wilt bereiken dankzij anderen of ondanks anderen?

#### **Overtuiging 6:**

##### ***Werken is spelen.***

Kent u iemand die succes heeft bereikt met iets waar hij een hekel aan heeft? Ik niet. Ik zie onmiddellijk en voel onmiddellijk wanneer iemand plezier heeft in datgene wat hij doet. Dit is een van de overtuigingen die cruciaal zijn voor Hart Selling.

Zodra u in staat bent alles wat u meemaakt als plezierig en nuttig te ervaren, pakt u steeds makkelijker nieuwe zaken op en wordt het verkopen een spel. Dat was het al eeuwen en dat zal het altijd blijven. Het is alleen de vraag of u het ook zo ervaart.

Als u kijkt hoe kinderen met elkaar omgaan, dan is daar veel van te leren. Kinderen spelen zo makkelijk en natuurlijk met elkaar. Wat wij daarvan kunnen leren, is: doe alles met plezier, neem het niet zwaar op en speel zoveel mogelijk. Bekijk uw acties en werk van de zonnige kant en stop overal de funfactor in. Een voorbeeld van het effect hiervan.

Erwin was een bijzonder succesvolle verkoper. Hij had in verschillende branches verschillende producten verkocht en telkens was hem dat goed afgegaan. Op een gegeven moment kwam hij bij een organisatie die veel aandacht besteedde aan processen, producten en interne systemen. Erwin had zich vanaf het begin voorgenoemen dat hij niet in die valkuil zou stappen. Hij wilde

zich volledig richten op het plezier, de afdeling en de factoren waarvan hij wist en ervaren had dat deze succesvol waren. Hij werd manager van een afdeling van meer dan dertig mensen, bestaande uit een aantal verkopers, ondersteuners en wat technisch specialisten. Hij was daar terechtgekomen nadat de vorige manager was 'weggepromoveerd'. Deze had schipbreuk geleden omdat hij zich volledig had overgegeven en vergrepen aan de interne processen. De medewerkers waren teleurgesteld in hem en hadden er uiteindelijk na anderhalf jaar strijd voor gezorgd dat hun manager moest vertrekken. Erwin begon vrolijk en opgeruimd aan zijn eerste maanden. Binnen twee maanden liepen de eerste mensen weer vrolijk rond op de afdeling en was het duidelijk zichtbaar en voelbaar dat er vooruitgang was geboekt ten opzichte van anderhalf jaar geleden. Ze moesten wel een aantal harde noten kraken, maar Erwin maakte duidelijk wat hij wilde en wat hij niet wilde. Ook gaf hij helder aan wat hij deed én wat hij niet deed. De medewerkers ontdekten weer dat het ook leuk kon zijn om te werken.

In de tijd dat Erwin bij deze afdeling zat, maakte hij dat plezierproces steeds sterker met als gevolg dat het team opgeruimd en succesvol werd. 'Toevallig' werd zijn verkoopteam binnen het bedrijf dat jaar ook het beste verkoopteam van Nederland. De teamleden vertrokken toen met elkaar naar een prachtige bestemming aan de Middellandse-Zeekust. Daar genoten ze een week lang met elkaar, van hun successen en resultaten.

#### **Overtuiging 7:**

##### ***Blijvend succes ontstaat door toewijding.***

Toewijding heeft alles te maken met het meester worden van uzelf. En meesterschap ontwikkelen heeft alles te maken met toewijding en discipline. Focussen op

telkens nieuwe manieren om een beter resultaat te bereiken. En met toewijding dit proces steeds verder verbeteren.

Mijn eigen ervaring kan hierover wat leren. Mijn hele middelbareschoolleven stond in het teken van de politie. Ik vond het machtig interessant om te zien hoe politieagenten in een indrukwekkend uniform rondreden in hun prachtige wagens. Kortom, ik had een ideaalbeeld opgebouwd van werken bij de politie. Alles had ik erop afgestemd: mijn schoolkeuze, mijn vakkenpakket en mijn contacten met andere mensen. Ik was er klaar voor om naar de Politie Academie te gaan. Maar bij de eerste test die ik deed, werd ik niet aangenomen. 'Gelukkig' slaagde ik datzelfde jaar ook niet voor mijn eindexamen en mocht ik het jaar daarop nogmaals toelatingsexamen doen voor de Politie Academie. Ik werd weer niet aangenomen. Ik slaagde toen wel voor mijn vwo-examen, maar gezien mijn leeftijd moest ik mijn militaire dienstplicht direct na het vwo vervullen. Dat kwam goed uit, dacht ik, want een officiersopleiding bij Defensie was een prachtige voorbereiding op een officiersopleiding op de Nederlandse Politie Academie. En zo begon ik in militaire dienst enthousiast aan de officiersopleiding.

Binnen een week was ik erachter: dit is niet mijn wereld. Mijn droom stortte in. De manier waarop er in het leger omgegaan werd met mensen, met processen en met elkaar sprak mij absoluut niet aan. Ik was binnen een week verlost van de illusie die ik daarvoor had dat het politieleven een prachtig leven zou zijn. Na de militaire dienst kwam ik terecht op de HEAO waar ik in de kortst mogelijke tijd een maximaal aantal bijbanen had naast mijn studie: bijdrage aan een nieuw studentenmagazine, stage lopen, buitenlandse gasten rondrijden

in Nederland, enkele betaalde bijbanen, een parttime leidinggevende functie, vice-voorzitter van een jaarcongres, voorzitter introductie nieuwe studenten en nog meer. Tijdens mijn studie verrichtte ik meer dan twintig nevenactiviteiten.

Ik voelde zo'n sterke betrokkenheid bij mijn studie en alles daaromheen, dat alles vanzelfsprekend en natuurlijk verliep. Mijn medestudenten vroegen zich regelmatig af hoe ik het allemaal deed. Het was technisch gezien niet mogelijk dit te doen én af te studeren binnen de drie jaar tijd die er stond voor de HEAO. Na drie jaar slaagde ik echter met vlag en wimpel en sindsdien ben ik in dit prachtige vak werkzaam.

Toewijding is waar het om draait. Naarmate u zich makkelijker en vaker concentreert op datgene wat u wilt bereiken en dat toegewijd blijft doen, krijgt u vanzelf de resultaten en successen die u wenst.

U weet nu wat de waarden zijn die u drijven. U kent nu de overtuigingen die u en uw handelen sturen. En u bent in staat uw kwaliteiten in uw voordeel te laten werken. U heeft bovendien een beeld van uw emoties en hoe die u helpen uw doel te bereiken en een beter inzicht in uzelf te krijgen. De stappen die u nu heeft genomen, brengen u steeds dichterbij een compleet inzicht in uzelf. Dat lijkt ook een tegenstelling, want compleet inzicht in uzelf is misschien wel het enige waar het in het leven om draait. Het volgende onderwerp sluit hier dan ook prima bij aan: uw identiteit.



## 6.6 Identiteit

*Ik ben mezelf niet*

*Of al die jaren nooit geweest*


*Ik ben de gangmaker op het verkeerde feest*

*Ik ben mezelf niet of nooit geweest*

*Ik ben de schoenmaker bij de verkeerde leest*

*Ik ben mezelf niet of nooit geweest*

**Acda & de Munnik in *Niet of nooit geweest***

 Human beings of human doings. Zijn we wat we doen of doen we wat we zijn? De vraag is makkelijker gesteld dan beantwoord. Eigenlijk kunt u die vraag pas goed beantwoorden, wanneer u weet wie u werkelijk bent. En een van de kernaspecten die hierbij spelen, is: 'Wat is uw identiteit?'

Wie bent u in feite? Ook uw identiteit wordt beïnvloed door de eerdergenoemde vier O's: uw oorsprong, opvoeding, opleiding en omgeving. Nog even de kernpunten op een rij.

Oorsprong	Genetische aanleg, voorouders, familie, geboorteplaats, geboortetijd, enzovoort.
Opvoeding	Ouders, opvoeders, gezinsleden, familie, onderwijzers en docenten, verzorgers en oppassen, grootouders, enzovoort.
Opleiding	Lagere school, middelbare school, hogere opleiding, cursussen, opleidingen, trainingen, enzovoort.
Omgeving	Fysieke omgeving vroeger en nu, relaties, kennissen, vrienden, collega's, cultuur, maatschappij, land, enzovoort.

Tientallen aspecten beïnvloeden u en hebben u beïnvloed sinds uw geboorte. De O's bent u echter niet, ze

oefenen alleen invloed op iets wat er al is. Iedereen heeft namelijk een unieke identiteit. U heeft een unieke combinatie van aspecten die gezamenlijk uw identiteit vormen.

Uit uw identiteit blijkt dat u uniek bent, ook al probeert de commercie of de reclame zoveel mogelijk dezelfde identiteiten te kweken. Zij proberen u aan te praten dat u er pas bij hoort wanneer u in de juiste auto rijdt. En al rijdt u in die auto, is het dan wel een TDI of een SUV (Sports Utility Van)? En heeft u wel de juiste kleding aan? Staat het juiste merk er wel op? Draagt u wel het juiste horloge? Woont u wel in de juiste straat? Heeft u wel de juiste vrienden? Gaat u naar de juiste uitgaansgelegenheden? Heeft u de laatste film al gezien? Eet u wel de goede dingen? Kortom, allemaal examenvragen om te checken of u nog wel bij de groep hoort. Hoe sterker de groep waar u bij wilt horen, zich manifesteert, hoe moeilijker het is voor u om uw identiteit te ontdekken en er dicht bij te blijven.



In de loop van uw leven heeft uw identiteit telkens een andere verschijningsvorm gecreëerd om nieuwe invalshoeken te geven voor uw ware kern. Uw identiteit is wat echt kenmerkend is voor u. Zij ontwikkelt zich in



de loop van de tijd en wordt sterker. Naarmate u vaker zo dicht mogelijk bij uzelf bent en werkelijk doet wat uw hart u ingeeft, straalt uw identiteit helderder.

Er zijn prachtige voorbeelden van mensen wier identiteit helder schijnt. Zij hebben een samenhangend beeld gecreëerd van wie ze zijn. Het meest in het oog springend is dit bij popsterren, kunstenaars, politici, sporters, fotomodellen en noem maar op. Aardig om eens stil te staan bij een aantal sterk herkenbare persoonlijkheden die allemaal een heldere identiteit uitstralen.

Vorm eens een beeld van de volgende personen. Beschrijft u eens wat deze persoon precies is, wat tekent deze persoon in enkele kernwoorden?

- Madonna .....
- .....
- Johan Cruijff .....
- .....
- Nelson Mandela .....
- .....
- Youp van 't Hek .....
- .....
- Naomi Campbell .....
- .....
- Steven Spielberg .....
- .....
- Marco Borsato .....
- .....
- Frits Bolkestein .....
- .....

Bill Gates .....

Leonardo DaVinci .....



Al deze personen leveren voortdurend prestaties die allemaal bij elkaar een compleet beeld vormen in ons brein. Ze volgen hun hart. Daar is geen eenvoudig recept voor. Zij hebben dat ook niet moedwillig gedaan. Blaise Pascal zei eens: 'Het hart heeft soms redenen, die de ratio niet begrijpt.' Het enige wat zij doen is zo dicht mogelijk blijven bij wat zij werkelijk willen en wie zij werkelijk zijn. Eigenlijk hebben zij dát ondernomen wat het best past bij hun identiteit.

Voor u als verkoper is uw identiteit misschien wel het belangrijkste begrip dat u kunt onderzoeken. Want wanneer in u staat bent uw eigen identiteit op een natuurlijke en plezierige manier te presenteren, bent u helemaal uzelf en ontstaat er bijna vanzelfsprekend een magnetische werking op de klant.

Identiteit is in feite de einduitkomst van de vorige vier stappen: uw gedrag, kwaliteiten, emoties, en waarden en overtuigingen. Zij zegt hoe u in wezen bent. En als u in staat bent uw wezen te laten zien zoals het is, dan leidt dat automatisch tot originaliteit (letterlijk, want uw origine komt naar boven). En originaliteit is in de hectiek van de informatiegolf een kritieke succesfactor.

Met originaliteit kunt u namelijk klanten bereiken.

Over het algemeen staan klanten niet echt open voor mensen die per se iets willen verkopen. Tenzij ze het product hard nodig hebben en er niemand anders is die het ze kan leveren. Maar deze situaties komen steeds minder vaak voor. Klanten staan over het algemeen wel open voor verkopers die hen oprecht willen helpen.

Zodra u in staat bent vanuit uw ware originaliteit congruent menselijk contact te leggen, heeft u een relatie die gebaseerd is op respect en diepgang. Congruentie is eenvormigheid of gelijkvormigheid. U merkt dit wanneer u volledig van nature handelt en alle kanalen dezelfde energie hebben. U verkeert dan in een staat van 'flow': alles vloeit en verloopt automatisch. Wat u doet is dan identiek aan wie u bent.

Klanten hebben uiteraard een zesde zintuig voor mensen die congruent eerlijk en open zijn. Hart Selling beoogt dan ook om openheid, eerlijkheid, respect, vertrouwen en liefde te combineren, zodat u dat zegt en doet wat het best past bij wat u werkelijk wilt. En uw klant zal dat daarna als meest natuurlijk accepteren.

Een greep uit de praktijk. Toevallig kwam ik eens in gesprek met een ambitieus trainingsbureau. Ik had het ooit een sollicitatiebrief geschreven, want zij deden ook werving en selectie, voor een vakgebied waar ik mij ook op beweeg. Ik ben niet op het aanbod ingegaan, omdat ik me niet genoeg kon verbeteren. Maanden later. Ik was het trainingsbureau al lang vergeten toen ik opeens op een zaterdagmorgen een brief kreeg. Een uitnodiging om te komen praten of ik trainer/adviseur/partner wilde worden. De combinatie was interessant genoeg en ik was inderdaad op zoek naar iets nieuws, maar ik wist nog niet wat. Na de gebruikelijke stappen ben ik daar aan de slag gegaan.

Ik was gewend om, als ik ergens begon, direct heldere doelen te zetten. Structuur te bouwen, een proces te creëren waarvan ik wist dat ik daar sterk in was, en daar energie in te stoppen. Ik werd samen met drie anderen aangenomen. (Ik zei u al, het was en is nog steeds een ambitieus bureau, op weg om in Nederland een van de grootste trainingsbureaus op het gebied van sales en management voor verkopers en salesmanagers te worden, met nu zo'n zestig trainers.) Er ontstond tussen ons nieuwelingen een competitie om zo snel mogelijk een eigen netwerk te bouwen. Acquireren als de brandweer, was het credo. We hadden als target afgesproken om elke week minstens vijftig prospects te bellen en daar tien afspraken uit te halen. Dat zouden we twee maanden volhouden en dan zouden we kijken hoeveel succes we hadden. Binnen twee maanden had ik mijn agenda gevuld met afspraken, tientallen gesprekken gevoerd en bij elkaar een enorm bedrag aan offertes gemaakt. Het was een fenomenaal bedrag, volgens Gert, directeur en grootaandeelhouder en topper van het betreffende bureau, met elk jaar een recordomzet. Hij had nog niet eerder gezien dat iemand in zo'n korte tijd zoveel voorstellen had uitgebracht. Maar binnen een halfjaar was slechts tien procent omgezet in omzet. Ik had wel een volle agenda met trainingen die ik voor anderen uitvoerde. Maar mijn eigen netwerk was slechts ten dele van de grond gekomen. Ik voelde me in de loop van de tijd ook steeds leger worden, want ik merkte dat ik essentiële zaken miste.

Na bijna drie jaar begon ik daarom mijn eigen trainingsbureau. Toen ik voor mezelf begon, had ik me voorgenomen om de controle veel meer los te laten en mijn 'dwangmatigheid' vaarwel te zeggen. Diverse mensen zetten grote vraagtekens bij mijn stap, maar ik wist dat ik de juiste beslissing had genomen. Hij kwam

recht uit mijn hart. Wij hadden net een groot huis gekocht en dat enorm verbouwd. Mijn tweede zoontje was net geboren en mijn vrouw zorgde fulltime voor de kinderen. Kortom, er waren allerlei redenen om maar lekker te blijven zitten waar ik zat. Maar diep in mijn hart voelde ik dat ik het best voor mezelf kon beginnen.

Ik ging aan de slag en alles liep vanaf het begin voor spoedig. Het liep zelfs zo goed dat ik binnen een halfjaar tijd drie keer zoveel omzet had als in het eerste halfjaar bij het vorige trainingsbureau. Bovendien waren het allemaal volledig nieuwe klanten, die mij via via gevonden hadden. In plaats van tien procent score op mijn offertes, had ik tweehonderdvijftig procent score. Ik had veel meer omzet dan ik aan offertes had uitgebracht.

Ik ontdekte zo dat ik in staat was volledig vertrouwen te hebben en te functioneren vanuit mijn hart en niet vanuit mijn hoofd. Meer vanuit weten en voelen dat het goed is, dan vanuit hard werken en veel bellen. Ik was in drie jaar tijd gegroeid van een serieuze Hard seller via een Smart seller bij het trainingsbureau naar een Hart Seller in de eerste jaren van mijn eigen trainingsbureau. Deze manier van verkopen kostte mij minder energie, leverde meer plezier op en gaf beduidend meer resultaat. Dus naarmate ik dichter bij mijn identiteit kwam, werd het werken een-voudiger, letterlijk. Ik was meer één.

Of uw identiteit inderdaad voor u kan werken, is een concept. Waar het om gaat is dat u erin gelooft. Terwijl ik dit boek schrijf, raast er een orkaan over de Britse eilanden en een storm met windkracht tien over ons land op weg naar Duitsland, een spoor van vernieling ach-

terlatend. Heeft u zich wel eens afgevraagd hoe wind eruitziet? Hebt u wel eens wind gezien? Ik heb hem nog niet gezien, maar ik geloof dat hij bestaat.

Alexander Graham Bell, de grote uitvinder, noemde geloof de veroverende kracht. Hij zei: 'Ik weet niet wat geloof is, maar ik weet wel dat het bestaat en dat doelgerichte mensen er meer van hebben.' En Bell, wetenschapper pur sang, geloofde daarin. Andere wetenschappers zouden kunnen tegenwerpen: 'Bewijs dat eens, Alexander, bewijs eens dat geloof bestaat.' En Bell, een genie, zou dat niet kunnen. En dat is precies het punt: het hart weet en het hoofd twijfelt!

Laten we weer eens op reis gaan. In de loop van uw leven heeft u allerlei zaken ondernomen die typerend waren voor wat u op dat moment wilde bereiken en wie u wilde zijn. Laten we eens teruggaan naar uw eerste tien levensjaren en daarvandaan toewerken naar uw huidige situatie. Schrijft u in enkele woorden op wat uw ingevingen zijn bij de perioden die hier vermeld staan en wat u toen was. Wat was u op die leeftijd? Wat vindt u dat u was toen u vijftien was? Enzovoort.

**Leef-tijd-lijst**

<b>Leeftijd</b>	<b>Ik ben</b>
0 – 10	Ik ben .....
	.....
	.....
10 – 15	Ik ben .....
	.....
	.....

15 – 20 Ik ben .....

.....

.....

20 – 25 Ik ben .....

.....

.....

25 – 35 Ik ben .....

.....

.....

35 – 45 Ik ben .....

.....

.....

45 – 55 Ik ben .....

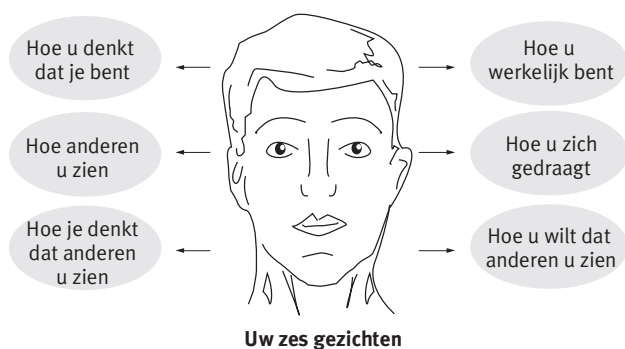
.....

.....

55 – 70 Ik ben .....

.....

.....



Was u in die periode echt wat u beschreef of vullde u een rol? Waarschijnlijk speelt het principe van de zes

gezichten een rol. De zes gezichten die u vormt door de vier O's en uw eigen gedachten. Die zes gezichten zijn achtereenvolgens:

1. hoe u denkt dat u bent;
2. hoe anderen u zien;
3. hoe u denkt dat anderen u zien;
4. hoe u werkelijk bent;
5. hoe u zich gedraagt;
6. hoe u wilt dat anderen u zien.

Kijkt u nu eens naar uw antwoorden van de Leef-tijdlijst. Stel dat dit beschrijvingen van rollen zijn. Wat blijft er dan over als u niet bent wie u hebt opgeschreven? Wie bent u dan wel?

Vijf van de zes gezichten geven niet aan hoe u werkelijk bent. De beschrijving van wie u was, was een beschrijving van de rollen die u op dat moment vervulde. Mijn eerste tien jaar was ik de leerling. De volgende vijf jaar was ik de sporter; elke sport deed ik vol overgave en ik genoot ervan en presteerde zoals dat hoorde. Of dat nou tafeltennis, voetbal, korfbal of tennis was. Van vijftien tot twintig was ik de vriend, voor mijn vrienden en vriendinnen. Van twintig tot vijfentwintig was ik mijn studie en de vervolgstudies daarna. Van vijfentwintig tot vijfendertig was ik mijn carrière. Na mijn vijfendertigste was ik de vader. Telkens nam ik een andere rol aan, en elke rol was niet dat wat ik werkelijk was. Mijn identiteit is dus niet mijn rol.

Kijkt u nog eens naar uw leven en de rollen die u daarin vervulde. Wie zou u zijn als u alles wat daar stond, niet was? De beroemde Duitse dichter Von Goethe zei eens: 'Alles is al een keer bedacht, het is alleen de kunst om er weer eens aan te denken.'

Daarom een volgende oefening op reis naar uzelf.

Leg uw dagboek binnen handbereik.

Ga op een rustige plaats op een gemakkelijke stoel zitten, waar u de tijd en ruimte voor uzelf hebt. Zet desnoods wat rustige muziek op en schep een sfeer die zo ontspannen mogelijk is.

Zet uw beide voeten vlak op de grond. Terwijl u dit leest, ontspant u uw voeten, dan uw kuit, dan uw bovenbenen. Alle spanning van uw voeten gaat de aarde in.

Dan ontspant u uw billen, uw middenrif, uw borstkas, uw rug.

Alle spanning die erin zit vloeit weg, via uw benen en uw voeten de aarde in.

Uw lichaam wordt heel soepel en ontspannen. Het enige wat u doet is deze tekst lezen, dat is alles. En u ontspant.

Adem diep in door uw neus, waarbij u eerst uw buik vult met lucht. Daarna pas uw borstkas.

Concentreer u op uw ademhaling. Adem in via uw buik en adem uit.

Haal diep adem en adem uit.

Laat uw adem heel langzaam door uw mond ontsnappen.

Adem in via uw neus, vul uw buik en adem uit via uw mond.

U hebt alle tijd, dus adem rustig door.

Dan ontspant u uw armen, uw handen, uw nek en schouders.

Alle spanning vloeit weg via uw romp naar uw benen, uw voeten de aarde in.

Alles wordt ontspannen.

Neem gerust de tijd en adem diep in en langzaam uit.

U hoeft niet na te denken. Als er een gedachte langskomt, zwaait u er bij wijze van spreken naar en laat de gedachte weer weggaan.

Concentreer u verder op uw ademhaling.

Ademen is heel belangrijk. Het is de energie van uw systeem.

Diep ademen geeft een diepe ontspanning.

U wordt nu steeds rustiger. Leest u nog even door.

Concentreer u op uw ademhaling.

Zo direct vraag ik u om een beeld te vormen.

Adem in en adem uit. Denk alleen maar aan uw ademhaling.

En doe dat zolang u dat prettig vindt en doe dat tot u helemaal tot rust bent gekomen.

U bent nu heel ontspannen en kunt nu uw fantasie de vrije loop laten en uw intuïtie de ruimte geven.

Stel uzelf de volgende vraag: 'Wie ben ik in wezen?'

Ervaar eens wat zich aandient. Sluit desnoods even uw ogen. Is het een woord, een gedachte, een beeld, hoort u geluiden, ziet u symbolen of kleuren?

Maak het plaatje steeds completer.

Wie ben ik?

Neem de tijd om antwoorden te krijgen die u ergens diep in uw hart wel weet. Stel de vraag: 'Wie ben ik?'

Geef alles de tijd en ruimte om zichtbaar en hoorbaar te worden.

Maak het beeld zo helder mogelijk. Maak het steeds completer, steeds groter, duidelijker en concreter.

Sluit desnoods uw ogen en laat de beelden, geluiden en symbolen het werk doen.

Concentreer u op wie u bent. Creëer het plaatje van uzelf.

Maak het zo duidelijk mogelijk voor uzelf.

Als u het beeld zo duidelijk en zo helder mogelijk hebt gevormd, komt u weer terug.

Terug naar de plaats waar u bent en de ruimte waar u zit, met het boek in uw hand. En uw dagboek bij de hand.

Schrijf eens op wat er allemaal gebeurde. Wat zag u? Wat voelde u? Wat merkte u? Wat hoorde u? Wat voor kleuren waren het? Welke symbolen, beelden, namen en mensen? Maak een kort reisverslag van wat u zojuist ervaren heeft. Neem hiervoor de tijd, want dit is een belangrijke oefening bij de ontdekking van uw identiteit.



Een andere manier om uw identiteit te ontdekken is uw naam te ontleden. Een product heeft vaak de naam die het verdient (allesreiniger, schenkstroop, Cup-a-soup enzovoort). De associatie van de naam met het product zorgt namelijk voor de broodnodige breinpositie bij de klant. Dit kan ook gelden voor uw eigen naam. Speel eens met deze gedachte. Soms bent u zoals u heet. Een naam wordt namelijk bijna nooit zomaar gekozen. Dat wordt bijzonder nauwkeurig en vaak vanuit het hart beslist.

Het kan zijn dat uw naam boeiende informatie oplevert. Ik heb een tijd samengewerkt met een Van Dam (ziet u het voor u: steen-beek-van dam). Inderdaad, dat liep spaak. Ik ken een dame die Klein heet. Ze doet alles om groot te zijn, wat ze ook is overigens. Een vriend van me heet Stam en dat is hij ook voor diverse mensen om hem heen. Coopmans spreekt natuurlijk voor zich. Sterkman, is dat ook echt, De Ridder, trekt regelmatig ten strijde, Boot vaart mee met alle stromen, Wisman, is ook een wijs man. Associeer eens met uw naam en laat uw fantasie de vrije loop. Schrijf alle ingevingen op in uw dagboek. Of ga eens op onderzoek uit in een goede boekenzaak en koop een boek over de betekenis van namen. Of sneller: ga eens surfen op het net. Wie weet wat u tegenkomt.



Uw identiteit wordt steeds scherper omlijnd naarmate u zich vaker afvraagt wie u bent. Als u dat een week lang dagelijks doet, bent u misschien aan het einde van die week hondsmoe. Dat is natuurlijk niet de bedoeling.

De bedoeling is dat u dingen doet die leuk zijn. Probeer die vragen daarom te zien als een ontdekkingsreis, zodat u telkens meer en breder gaat zoeken om ten slotte te vinden. Wat dacht u ervan om weer padvinder te worden. In plaats van zoeken wat meer te vinden.

Het is nuttig als u de identiteit die u beschreven heeft, geleidelijk tot een beeld omvormt, een woord of een symbool. Dat kunt u op allerlei manieren doen. Een van die manieren is u af te vragen welke van de volgende categorieën gevoelsmatig het best bij u past. En daarna welk onderdeel of woord binnen deze categorie. Gebruik bijvoorbeeld de volgende categorieën:

- personen (beroemdheden, vroeger en nu, of mensen die u bewondert);
- planten (bomen, bloemen, enzovoort);
- dieren (zoogdieren, vogels, vissen, reptielen, enzovoort);
- symbolen (uitroepteken, kompas, muzieknoot, anker, magneet, enzovoort);
- beelden (piramide, toren, waterval, spiegel, luchtballon, enzovoort);
- woorden (harmonie, wijsheid, liefde, evenwicht, enzovoort);
- hemellichamen (sterren en planeten).

U kunt het zo groot, zo breed, zo complex en zo eenvoudig maken als u zelf wilt. Fantaseer erop los, want uw fantasie houdt van verrassingen.



Vervolgens gaat u op zoek naar een bredere beschrijving van wie u bent. Om die te vinden is het heerlijk om te associëren. Een leeg wit vel voor u, schrijf het woord, het beeld, de persoon, enzovoort in het midden en noteer dan alles wat er in u opkomt.

De kernwoorden van mijn identiteit zijn:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Overigens is uw identiteit meer dan uw persoonlijkheid. Persoonlijkheid kunt u samenvatten als een aantal karaktereigenschappen die u gebruikt om te handelen. Uw identiteit zit op een dieper niveau.

Als persoonlijkheid doet u zaken vaak op de automatische piloot. U bent voorspelbaar, u handelt op de manier die u zich in de loop van de tijd eigen heeft gemaakt. Uw persoonlijkheid wordt gevormd in de loop van uw leven. Identiteit is datgene wat diep in u verankerd is en dichter dan persoonlijkheid bij uw essentie

of kern zit. Als u vanuit een helikopter naar uzelf zou kijken, wat zou dan een breder begrip zijn van u?

Vergelijk het met de verschillende identiteiten van de vips die u beschreven heeft. U ziet Madonna dansen en u weet wat zij allemaal gedaan heeft in haar carrière met mannen, zonder mannen, op het toneel, buiten het toneel, met haar kinderen, enzovoort. Dat zijn allemaal zaken die iets over haar gedrag zeggen, en gedrag ligt dicht bij de persoonlijkheid. Haar identiteit heeft veel te maken met het 'verleggen van grenzen' u, 'mensen vermaken' en 'trends maken'.

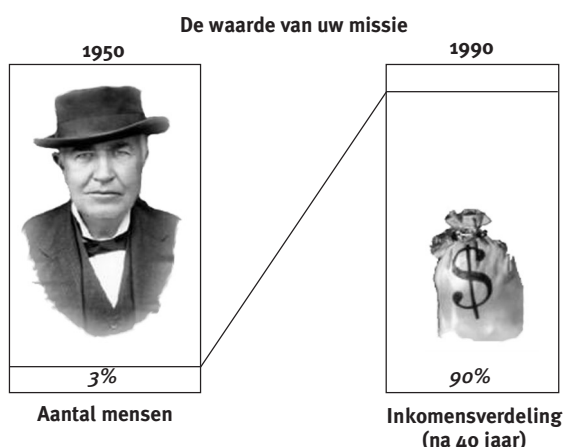
U kunt uw leven nu in rollen beschrijven. U heeft de verschillende gezichten en gezichtspunten die u heeft, op een rij gezet. Metaforen ingevuld. Het beeld van uw identiteit wordt steeds scherper. Zodra uw identiteit u helder voor de geest staat, wordt u een magneet voor uw omgeving en geeft u iedereen om u heen impliciet toestemming om zich tot u aangetrokken te voelen.

## 6.7 Missie

*Ik kan maar niet bevatten  
waar en waarom ik hier ben.  
Zoekend naar een antwoord  
op een vraag die niemand kent.  
Ik wil het spel best spelen,  
maar hoe moet dat, als ik niet weet wat het doel is.  
Moet ik dan blind geloven  
dat het zo zijn reden heeft.  
Dat geen mens mij kan vertellen  
waarom ik dit leven leef?*

**Marco Borsato in *De bestemming*** (Chandler's Ford Music)

In 1950 had één op de dertig Amerikanen (drie procent) een beeld van zijn eigen toekomst. De negenentwintig anderen leefden van dag tot dag, zonder een helder toekomstperspectief en deden wat ze dachten dat ze moesten doen. In 1990 is dezelfde groep onderzocht. Die drie procent bleek in 1990 goed voor negentig procent (!) van het inkomen van de totale groep. Interessante informatie. Pas na verloop van tijd blijkt dus hoe sterk het verband is tussen doelstelling en inkomensverwerving. Maar dit is wel een fraai bewijs wat de impact kan zijn van een heldere kijk op de toekomst.



Nu zijn er natuurlijk meer wegen die naar Rome leiden. In overdrachtelijke zin welteverstaan, want Rome is een prachtige plaats om te verblijven, maar misschien zijn er wel veel mooiere plaatsen om te bezoeken. Wat dacht u ervan om naar de mooiste plaats te gaan waar u nog nooit eerder geweest bent, en waar niemand anders heen kan? Zo dicht mogelijk bij uzelf. Voor Hart Selling is dit een van de belangrijkste aspecten die er is. Wilt u werkelijk weten wat uw kracht is, dan is het cruciaal om te weten waar uw hart ligt. Want in uw hart brandt het heilig vuur, uw passie en harts-tocht.

### 6.7.1 Zoeken en vinden

Hoe komt u daar, op die plaats zo dicht mogelijk bij uzelf? Op die vraag is meer dan één antwoord mogelijk. Zoals Marco Borsato al zong in *De bestemming*: het is een zoektocht. Of, anders geformuleerd: het is een 'vindtocht'. Het gaat namelijk om het vinden. Zolang u blijft vinden, zal steeds helderder worden wat het antwoord is op de vraag die u stelt. Het is als het zoeken van de horizon. Zodra de horizon ver weg staat, is hij aantrekkelijk, afgetekend, interessant, afschrikwekkend wellicht. Naarmate u de plaatsen nadert die u aan de horizon zag toen u vertrok, onderscheidt u steeds meer van die plaats. Maar u weet het met een horizon, daarna is er weer een nieuwe horizon.

De reis die u aanvangt, lijkt op de reis naar de horizon. Maar als u op die reis bereid bent om u onderweg open te stellen voor de antwoorden die u krijgt en de dingen die u leert, dan is het geen 'horizonreis', maar een 'thuiskomstreis'. U zult steeds dichterbij komen bij wat uw werkelijke wil is en wat uw hart u ingeeft. En dat is juist thuiskomen in plaats van op reis gaan. Het voelt ook alsof u thuis komt wanneer uw missie zich steeds helderder aftekent. U voelt dat er veel spanning van u af valt.

*And I feel like I just got home*

*And I feel and I feel like I just got home*

*And I feel faster than the speed of light*

**Madonna in *Ray of light*** (Rondor Music Holland)

Pas geleden sprak ik met mijn vader over de carrière van een van mijn broers. Die broer is 'supersuccesvol' bij een Amerikaans chemieconcern en zijn verantwoordelijkheid strekt zich wereldwijd uit. De titel op zijn



kaartje is 'Global business development director'. Hij verdient bakken met geld, verkoopt de sterren van de hemel, reist zich een slag in de rondte, woont in een koffer en iedereen binnen zijn organisatie is onder de indruk van zijn ambities, zijn resultaten en zijn successen. En hij is fantastisch in de dingen die hij doet.

Met mijn vader had ik het over zoeken en vinden, verantwoordelijk zijn voor grote projecten en het ontdekken van grenzen. Nadat we net gehoord hadden dat de verantwoordelijkheid van mijn broer zich ging uitstrekken tot de hele wereld, nadat hij eerst Azië, Afrika en Europa onder zich had, sprak mijn vader de denkwaardige woorden: 'Waarom zou je de hele wereld rondzoeken? Als je thuis begint en je loopt maar oostwaarts en je gaat maar door, dan kom je uiteindelijk toch weer op de plaats waar je vertrok.'

Dat heeft alles te maken met het zoeken naar zaken buiten je. De kunst is te zoeken op plaatsen waar het echt leuk is. Waar niemand anders kan komen en waar u waarschijnlijk zelf ook moeite voor moet doen om het te ontdekken. Het is geen eenvoudige reis, maar er bestaan wel praktische methoden om uw eigen missie zo concreet mogelijk te maken.

Napoleon Hill, schrijver van *Think & Grow Rich*, bestudeerde 504 uitzonderlijke mensen, zoals Thomas Edison, Henry Ford en Alexander Graham Bell. Daarnaast liet hij vijftienduizend anderen vragenlijsten invullen over hun levenswijze. Een van zijn conclusies was dat er drie voornamelijk redenen zijn waarom mensen in de middenmoot blijven steken. Deze drie redenen zal ik in drie gewetensvragen voor u formuleren. Neem de tijd, de rust en de eerlijkheid om het antwoord te geven waar u het meest van leert. De verleiding is groot

de vraag te bekijken en direct het antwoord te geven, waarvan u dént dat het het juiste is. Om aan het karakter van gewetensvragen recht te doen, zou u zich moeten afvragen wat uw geweten zou antwoorden. Dat is niet altijd het antwoord dat het snelst en makkelijkst te geven is.

	ja	nee
Hebt u een overkoepelend levensdoel, een missie?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Doet u alles wat u doet met hart en ziel?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ondersteunen al uw partnerships en vriendschappen u bij het realiseren van uw wensen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

En? Wat is uw conclusie? Allemaal 'ja's'? Dan hoop ik dat u nog wat ideeën krijgt in de oefeningen en de informatie die we hierna ontdekken.

Eén of meer 'nee's'? Dan kunt u de komende bladzijden enthousiast, nieuwsgierig en actief doornemen en uzelf begeleiden naar de antwoorden op deze gewetensvragen. U bevindt zich overigens in goed gezelschap. Vijfennegentig procent van de mensen antwoordde 'nee' op alle drie de vragen.

Zo gaf ik eens een introductie voor een Account Management Training voor een luchtvaartmaatschappij. Daarvoor waren salesmanagers uit Zuid- en Oost-Europa naar Nederland gekomen. De doelstelling was om enthousiasme voor de training te creëren, maar vooral om de focus en het commitment van de salesmanagers te versterken en te maximaliseren. Er waren de afgelopen twee jaar mensen ontslagen en daarnaast waren de afgelopen vijf jaar veel verschillende managers gekomen en gegaan.

In deze introductie kwamen we op een gegeven moment te spreken over hoe moeilijk het is 'nee' te zeggen tegen klanten, collega's en managers. Technisch gesproken, zei de salesmanager uit Portugal, was het niet mogelijk er iets nieuws bij te doen, omdat hij daar simpelweg geen tijd voor had. En hij was er heel stellig in: er waren geen andere activiteiten aan toe te voegen. Hij vroeg zich openlijk af of de training wel zou slagen.

Toen ik hem vroeg wat hij deed in een week, kwam hij met een enorme lijst van tientallen verschillende zaken. Hij wist echt waar hij het over had. Hij kende ook het verschil tussen urgent en belangrijk. Hij had time-managementtrainingen gedaan en was op de hoogte van alle kennis. Uiteindelijk vroeg ik hem wat zijn missie was. En toen werd het stil. Ik stelde de vraag aan de hele groep. En vijftiengestig salesmanagers, allemaal verantwoordelijk voor landen of delen van landen, keken mij glazig aan. Oorverdovende stilte. Maar wat was dan een missie? Ik gaf een definitie: een overkoepelend levensdoel, een bestemming die je zoekt, waar je op het einde van je leven tevreden op terug kunt kijken. Toen staken er één of twee voorzichtig hun hand op.

Ik besef terdege dat het moeilijk is om de vraag naar uw missie te beantwoorden. Want u bent dagelijks bezig successen te behalen en op nieuwe activiteiten te anticiperen. Het beantwoorden van uw e-mails, uw post, vragen, het geven van informatie aan uw collega's, uw managers, uw klanten, het vinden van nieuwe methoden om sneller meer resultaat te halen, enzovoort, het vergt allemaal uw aandacht. Maar weet u nog wat Napoleon Hill ontdekt had? En wat die drie procent uit 1950 bereikt had?

*No more running down the wrong road,  
dancing to a different drum,  
can't you see what's going on deep inside your Heart.  
Always searching for the real thing,  
living like it's far away.  
Just leave all the madness in yesterday.  
You're holding the key when you believe it.*

**Michael McDonald in *Sweet Freedom*** (BMC Music Publishing, R. Temperton)

Waar kan het toe leiden, als uw missie nog ontbreekt? Er is een Chinees gezegde dat luidt: 'Als u niet weet waarheen u gaat, raakt u zeker de weg kwijt.' Mensen die echt iets willen met hart en ziel, en die weten waar ze op afstevnen, kunnen onmogelijk gestopt worden. En het omgekeerde is ook waar. Mensen die het moeilijk vinden om hun diepste gevoel te beschrijven en niet weten wat ze willen, kunnen over het algemeen moeilijk op gang komen, ook al zijn ze waarschijnlijk wel bezig ...

Zullen we gaan schrijven? Want door te schrijven krijgt u de missie helder. Lee Iacocca, de legendarische president van Chrysler, leerde iets van zijn vroegere baas bij Ford, Robert McNamara, die later minister en nog later hoofd van de Wereldbank werd: als je niet de discipline hebt om je doelen op te schrijven, hoe wil je dan de discipline hebben om ze uit te voeren?

### **6.7.2 Op weg naar uw missie**

Let's go. We gaan op onderzoek uit, op ontdekkingsreis. Er zitten vragen bij die u al eerder heeft beantwoord. Dat maakt deze oefening makkelijker.

**Stap 1 Sabotage**

Iedereen wordt gesaboteerd. Door zichzelf. Ik saboteer mezelf dagelijks. Het voordeel is dat ik mijn sabotage-technieken inmiddels redelijk ken. Ik ken mijn saboteerende delen ook, ik ken mijn interne rechter goed, maar die is soms net zo creatief als ik en verrast me toch nog regelmatig. Het is de kunst om u bewust te worden van uw saboterende delen. Deze delen houden u weg van wat u werkelijk wilt. De volgende vijftig saboteurs helpen u bij dit inzicht. Maak eens kennis met ze.

1. Ongeloof, gebrek aan vertrouwen
2. Zelfbeklag
3. Twijfel
4. Beschuldigen van anderen en omstandigheden
5. Angst
6. Afgunst
7. Intolerantie
8. Hebzucht
9. Niet kunnen vergeven of loslaten
10. Negativiteit
11. Agressie
12. Manipulatie
13. Destructieve kritiek
14. Oordeel en zelfoordeel
15. Vooroordelen
16. Vergeldingsdrang
17. Zelfzucht
18. Roddelen
19. Zelfgenoegzaamheid
20. Arrogantie
21. Gebrek aan discipline
22. Jaloersheid
23. Gebrek aan respect
24. Luiheid
25. Besluiteloosheid
26. Willekeur
27. Willen krijgen zonder te willen geven
28. Gebrek aan zelfkennis
29. Immoreel gedrag
30. Betweterigheid
31. Gebrek aan zelfbeheersing
32. Woede
33. Depressieve gedachten
34. Toeschouwer in plaats van medespeler
35. Stress, te weinig rust of ontspanning
36. Cynisme, zelfspot, sarcasme
37. Opgeven, zwakheid
38. Zelfsabotage
39. Wraakzucht
40. Bescheidenheid
41. Rationaliseren
42. Halfslachtigheid
43. Koelheid, kilheid, afstandelijkheid
44. Wantrouwen
45. Starheid
46. Traagheid of aarzeling
47. Bagatellisering
48. Chaos
49. Grappen maken, overal om lachen
50. Discussiëren
51. ....  
(vult u deze zelf in?)
52. ....  
(vult u deze zelf in?)

Dit zijn allemaal professionele saboteurs. Zij zullen uw succes bevechten en zich met hand en tand verdedigen tegen uw acties en het bereiken van uw doelen. Kijk de lijst eens door. Welke van deze saboteurs zitten u dwars? Kruis ze eens aan.



En vul de belangrijkste drie saboteurs hierna eens in. Let op de lijn achter het cijfer.

1. ....  
 A. ....  
 2. ....  
 B. ....  
 3. ....  
 C. ....

Nu is het de kunst om elke saboteur in uw voordeel te laten werken. Dat doet u door de positieve tegenhanger van de saboteur op te schrijven. Net als u deed bij de valkuil en de uitdaging van het kernkwadrant. Bedenk wat de positieve tegenhanger is van de saboteur. Bijvoorbeeld:

- |                 |   |                      |
|-----------------|---|----------------------|
| 1. Willekeur    | → | Doelgerichtheid      |
| 2. Zelfsabotage | → | Focussen op sterkten |
| 3. Stress       | → | Ontspanning          |
| 4. Luiheid      | → | Actie                |

Dit zijn de voorbeelden van de manier waarop u van een saboteur een medewerker kunt maken. Ga na wat de positieve tegenhangers zijn van de drie saboteurs die u zojuist heeft genoemd. Vul deze in op de lijn achter de letter.

En beschrijf nu drie concrete acties voor elk van deze drie positieve tegenhangers, met een deadline. Bijvoor-

beeld: ik ga mij vandaag nog inschrijven voor die cursus die ik al maanden wil doen. Ik ga vanmiddag die vriend bellen die ik nu al maanden niet gezien heb. Ik ga vanavond mijn moeder bezoeken om het gesprek met haar te hebben dat ik al maanden wil voeren. Beschrijf drie concrete acties voor elk van deze drie positieve medewerkers. Als u van elke medewerker maar één actie benoemt, is dat misschien niet genoeg om de medewerker echt plaats te laten nemen in uw systeem. Doe uzelf een plezier en ga voor goud!

**Positieve medewerker** **A**

- A 1. ....  
 c  
 t 2. ....  
 i  
 e 3. ....

**Positieve medewerker** **B**

- A 1. ....  
 c  
 t 2. ....  
 i  
 e 3. ....

**Positieve medewerker** **C**

- A 1. ....  
 c  
 t 2. ....  
 i  
 e 3. ....



Misschien betwijfelt u of dit gaat lukken. Kijk dan nog maar eens terug naar de lijst met saboteurs. Natuurlijk zijn er altijd redenen waarom het moeilijk is die negen acties te benoemen en uit te voeren. Maar wanneer u echt verder wilt reizen, loopt u dan mee of blijft u staan? Het komt nu eenvoudigweg aan op actie. Proberen werkt niet en lukt nooit. Probeer u maar eens op te staan uit de stoel waarin u nu zit. Toe maar.

U ziet het: of u staat op, of u staat niet op.

**Stap 2    *Bewondering***

Het wordt nog mooier. Dit is de volgende stap om uw missie te vinden. Schrijf de namen op van mensen die u bewondert, zowel in uw directe, persoonlijke werkomgeving, als historische, belangrijke figuren, zoals Gandhi, Jeanne d'Arc, Leonardo DaVinci en Galileo Galilei. Of eigentijdse beroemdheden zoals Julia Roberts, Johan Cruijff en Bill Gates.

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....
6. ....
7. ....

Wat bewondert u in deze mensen? Welke dingen die ze verwezenlijkt hebben, welke talenten, welke waarden, welke principes bewondert u in hen?

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....
6. ....
7. ....
8. ....
9. ....
10. ....

De kern van deze oefening is dat u mensen bewondert die iets bij u doen, die u raken, waarmee uw innerlijk resoneert. Dat betekent dat ze een beroep doen op iets wat ergens in uw blauwdruk zit. Dit is de positieve uitvoering van het principe van de schaduwkwaliteiten. Zaken die u bewondert, zijn vaak heel goede wegwijzers naar wat u als unieke bijdrage te bieden heeft. Lees eens alle sleutelwoorden op die u heeft opgeschreven over de mensen die u bewondert en voel wat het meest tot uw hart spreekt. Waar voelt u het meest bij?

Schrijf de woorden met de meeste aantrekkingskracht, de sterkste emotie van u, voor uw eigen leven hieronder op.

.....  
.....  
.....  
.....



**Stap 3 Kwaliteiten**

Wat zijn uw voornaamste sterke kanten, kwaliteiten en talenten? Wat waarderen anderen in u?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**Stap 4 Toekomstige terugblik**

Wat zou u aan het einde van uw loopbaan willen zeggen over uw loopbaan?

.....  
.....  
.....  
.....

Wat zou u aan het einde van uw leven willen zeggen over uw leven?

.....  
.....  
.....  
.....

Wat zou u willen dat anderen over u zeggen na uw overlijden?

.....  
.....  
.....  
.....

**Stap 5 Geluk**

Wat waren de gelukkigste momenten in uw leven? Waarom?

.....  
.....  
.....  
.....

Is er een gemeenschappelijke noemer in die momenten? Welke gemeenschappelijke noemer is dat?

.....  
.....  
.....  
.....

**Stap 6 Hartstocht**

Deze vraag is enorm belangrijk: wat deed u als kind het liefst? En ga gerust terug in de tijd en beschrijf zoveel mogelijk. Waaraan kon men u herkennen in uw jeugd, als kind? Vraag desnoods eens aan uw vader, moeder, broers, zussen wat u het liefst deed.

.....  
.....  
.....  
.....

En als u nog maar vijf jaar te leven had, wat zou u dan zeker nog willen doen? En vier jaar? En drie jaar? En twee jaar? En één jaar? En zes maanden? Beschrijf eens voor elke periode wat u het liefst nog zou willen doen.

**Vijf jaar**

.....  
.....  
.....

**Vier jaar**

.....  
.....  
.....

**Drie jaar**

.....  
.....  
.....

**Twee jaar**

.....  
.....  
.....

**Een jaar**

.....  
.....  
.....

**Halfjaar**

.....  
.....  
.....

**Stap 7 Bedreigingen en kansen**

Wie kan u eigenlijk garanderen dat u nog lang zult leven? Waar haalt u de zekerheid vandaan dat u alle tijd van de wereld heeft? Wat houdt u tegen om nu te doen wat u hiervoor beschreef? Wat is uw angst? Wat is uw beperkende overtuiging? Schrijf die op. Denk er niet over na, maar luister naar uw innerlijk.

.....  
.....  
.....  
.....

En als u nu een toverstok had, en u mocht drie dingen wensen, welke drie zouden dat dan zijn?

1. ....
2. ....
3. ....

En als u voldoende tijd en geld zou hebben en de kans op mislukken was nihil, wat zou u dan het liefst doen?

.....  
.....  
.....

Als u nog iets zou gaan studeren, wat zou dat dan zijn?

.....  
.....  
.....

In uw hobby's zitten allerlei heerlijke activiteiten en aspecten. Welke van deze aspecten zou u willen vinden in uw professionele omgeving?

.....  
.....  
.....

### **Stap 8    *Symbol***

Ga op een gemakkelijke stoel zitten op een rustige plaats, waar u de tijd en ruimte voor uzelf hebt. Zet desnoods wat rustige muziek op en schep een sfeer die zo ontspannen mogelijk is. Zet uw beide voeten vlak op de grond. Terwijl u dit leest, ontspant u uw voeten, dan uw kuit, dan uw bovenbenen. Alle spanning van uw voeten gaat de aarde in. Dan ontspant u uw billen, uw middenrif, uw borstkas, uw rug. Alle spanning die erin zit vloeit weg, via uw benen

en uw voeten de aarde in.

Uw lichaam wordt heel soepel en ontspannen. Het enige wat u doet is deze tekst lezen, dat is alles. En u ontspant.

Adem diep in door uw neus, waarbij u eerst uw buik vult met lucht. Daarna pas uw borstkas.

Concentreer u op uw ademhaling. Adem in via uw buik en adem uit.

Haal diep adem en adem uit.

Laat uw adem heel langzaam door uw mond ontsnappen.

Adem in via uw neus, vul uw buik en adem uit via uw mond.

U hebt alle tijd, dus adem rustig door.

Dan ontspant u uw armen, uw handen, uw nek en schouders.

Alle spanning vloeit weg via uw romp naar uw benen, uw voeten de aarde in.

Alles wordt ontspannen.

Neem gerust de tijd en adem diep in en langzaam uit.

U hoeft niet na te denken. Als er een gedachte langskomt, kijk er naar en laat de gedachte weer weggaan.

Concentreer u verder op uw ademhaling.

Ademen is heel belangrijk. Het is de energie van uw systeem.

Diep ademen geeft een diepe ontspanning.

U wordt nu steeds rustiger. Leest u nog even door.

Concentreer u op uw ademhaling.

Zo direct vraag ik u om een beeld te vormen.

Adem in en adem uit. Denk alleen maar aan uw ademhaling.

En doe dat zolang u dat prettig vindt en doe dat tot u helemaal tot rust bent gekomen.

U bent nu heel ontspannen en kunt nu uw fantasie de vrije loop laten en uw intuïtie de ruimte geven.



Stel uzelf eens de volgende vraag: 'Welk symbool komt nu op als symbool van mijn leven?' Niet verder over nadenken, gewoon alles de vrije loop laten.

.....  
 .....  
 .....  
 .....

**Stap 9 Doelgroep**

Wie, welke doelgroep, zou u het liefst willen helpen? En waarom?

.....  
 .....  
 .....

**Stap 10 Ontwikkelingswerk**

Welke van deze werkwoorden spreken het meest tot uw hart, raken u het meest, bij welke voelt u het meest? Dit is het eerste puzzelstuk van deze stap.

**Puzzelstuk 1**

aanzetten tot	bedenken	begrijpen
bemiddelen	bereiken	beveiligen
bevorderen	bevrijden	bewaren
bezielen	bijeenbrengen	bouwen
coachen	communiceren	construeren
doen groeien	enthousiasmeren	faciliteren
genezen	helen	helpen
hervormen	inspireren	integreren
leiden	luisteren	meegeven
meemaken	motiveren	ondersteunen

onderzoeken	ontdekken	ontspannen
ontwaken	ontwerpen	opleiden
opvoeden	organiseren	realiseren
redden	samenbrengen	schenken
scheppen	schrijven	uit/toespreken
uitbouwen	verbeteren	verbinden
verdelen	vereenvoudigen	verfijnen
verhelderen	verlichten	vermaken
vernieuwen	verspreiden	versterken
vervullen	verzorgen	vooruihelpen
vormgeven		

Omcirkel de drie woorden die u het meest raken, die u het opwindendst vindt. Schrijf deze drie mooiste, opwindendste woorden hier op:

.....  
 .....  
 .....

De puzzel wordt nog mooier met de volgende stap. Waar staat u voor? Welk principe of welke waarde bent u bereid desnoods te verdedigen tot de dood erop volgt? Waaraan wilt u uw leven wijden? Dit kan zijn vreugde, geluk, eerlijkheid, creativiteit, vrijheid, enzovoort. Dit kan eventueel een korte zin zijn.

**Puzzelstuk 2**

.....  
 .....  
 .....

En ten slotte, voor welke doelgroep of voor welk doel wilt u zich inzetten? Wie zou u het allerliefste willen helpen? Kies uit de volgende lijst:

Milieu en natuur	Gezinszaken	Opvoeding
Media	Gezondheidszorg	Bejaarden
Kinderen	Armen	Volwassenen
Daklozen	Jongeren	Immigranten
Werkenden	Verkopers	Werklozen
Energie	Landbouw	Rechtssysteem
Parken en recreatie	Verslaafden	Voeding
De wet	Politiek	Regering
Beroepsgroep	Zaken	Studenten en scholieren
(kies er een, bijvoorbeeld verkopers, accountants, onderwijzers, schilders, slagers, consultants)		
Non-profitorganisaties	Kerken, tempels of synagogen	Spiritualiteit
Zieken	Gehandicapten	Openbare veiligheid
Menselijke ontwikkeling	Zuigelingen	Kinderbescherming
Thuiszorg	Waterrechten	Toerisme
Defensie	Planten en dieren	Arbeidsverhoudingen
Alfabetisme	Grenskwesties	Mensenrechten
Seksualiteit	Mode	Kunst en cultuur
Boeken	Muziek	Film
Sport	Voedsel	Informatietechnologie
Bestuur	Beheer	Reizen
Financiën	Onroerend goed	Drukkerijen en uitgeverijen
Onderzoek	Biotechnologie	Vrouwenzaken
Tuinieren	Televisie of radio	Nieuwe media en internet
Verslaggeving	Podiumkunsten	

Kies uit deze lijst die ene groep of goede zaak die u het liefste vooruit zou willen helpen. Dit is het derde puzzelstuk.

### Puzzelstuk 3

.....  
 .....

Dit is dan een eerste opzet van uw missie. Puzzelstuk 1 + Puzzelstuk 2 *te, voor, in, bij of met* Puzzelstuk 3. Vat dit hier kort samen:

Mijn missie is

.....  
 .....  
 en .....

(uw drie werkwoorden)

.....  
 (uw kernwaarde)

te, voor, in, bij of met .....

(het goede doel of de doelgroep waar u zich het meest mee verbonden voelt).

Laat dit verder even voor wat het is en ga door met de laatste fase.

### Stap 11 Elementen

Aarde, water, vuur en lucht. Met welke van deze vier elementen voelt u zich het meest verwant? Omcirkel een van de vier.

**Aarde**                      **Water**                      **Vuur**                      **Lucht**

Schrijf tien karakteristieken op van het element van uw keuze. Beschrijf dat in zelfstandige naamwoorden of bijwoorden. Bijvoorbeeld: water is beweeglijk, vuur is inspirerend, aarde is vruchtbaar, lucht is licht.

Element 1	Element 2
1. ....	.....
2. ....	.....
3. ....	.....
4. ....	.....
5. ....	.....
6. ....	.....
7. ....	.....
8. ....	.....
9. ....	.....
10. ....	.....

Schrijf tien typische acties op van dat element. Gebruik alleen maar werkwoorden. Water lest dorst, koelt af, zuivert. Lucht vliegt weg, vult op, enzovoort.

Element 1	Element 2
1. ....	.....
2. ....	.....
3. ....	.....
4. ....	.....
5. ....	.....
6. ....	.....
7. ....	.....
8. ....	.....
9. ....	.....
10. ....	.....

Als u wilt kunt u de laatste twee vragen ook doen voor het tweede element dat u aanspreekt. Dit vult u dan in onder Element 2.

**De finale**

Nu komt het mooiste deel van deze oefening. Lees nog eens alle antwoorden op de vragen. Zonder erover na te denken. Laat de antwoorden rustig op u inwerken. Nu krijgt u de gelegenheid om te testen hoeveel vertrouwen u in uzelf heeft.

We gaan iets doen wat u niet verwacht en wat cruciaal is voor een bijzonder resultaat. We gaan nu, of zo snel als u dit kunt organiseren, een wandeling maken in de natuur, zonder aan de opdracht te denken. Denk tijdens het wandelen aan alles wat u wilt, maar niet aan de opdracht. Wees stil en luister naar de geluiden in de natuur, kijk naar de bomen, de kleuren en de omgeving en voel wat daar gebeurt. Ontspan u volledig in de natuur. Breng minstens drie uur in de natuur door. Zonder enige opdracht. Alleen maar zijn, luisteren, waarnemen en ervan genieten.

Als u na deze natuurtrip thuis komt, leest u weer de antwoorden op alle vragen en u doet hier verder niets mee. U laat het verder op zijn beloop. Slaap er nog eens een nacht over, zonder enige poging iets te benoemen. Heb er vertrouwen in dat u vanzelf het inzicht krijgt dat past bij uw missie. Laat het passieve deel van uw verstand ermee werken. En laat alle inspanningen om er rationele oplossingen voor te bedenken los. Ten slotte: als u het rationeel kon oplossen, had u dat toch al lang gedaan. Laat het rijpen, laat het ontstaan en laat het los. En zie na verloop van tijd wat er spontaan opkomt.



Mijn ervaring is dat u heel prettige verrassingen ervaart over de helderheid die u zomaar krijgt. Deze prachtige oefening, uit het boek van Jan Bommerez en Kees van Zijtveld, *Flow en de kunst van het zakendoen*, is aangepast en bewerkt voor dit boek. Deze oefening heeft al honderden mensen naar hun missie geleid. U kunt zich afvragen of u een missie heeft, maar dan komt de vraag naar boven: 'Waarom zou u zich dat afvragen?' Denk nog maar eens aan de drie gewetensvragen en de drie procent uit 1950. We zijn hier niet zomaar. Denk nog maar eens aan de tekst van Marco Borsato, aan het begin van deze paragraaf.

U hoeft uw missie niet te verzinnen u hoeft er alleen maar ruimte en tijd voor vrij te maken. Het is letterlijk een ontwikkeling: u haalt de wikkels eraf en uiteindelijk houdt u de kern over. Ontspanning is het voorname bestanddeel van het proces, en ik doel op wat u het best helpt om u te ontspannen. En laat daarbij de vragen de vragen en vertrouw op uzelf tot de antwoorden zich aandienen. Ontspan u door een massage, sauna, sporten, fietsen, lezen, mediteren, houthakken en laat het gebeuren. Wees geduldig en verras uzelf met deze oefening.

*Well even the longest night won't last forever  
But too many hopes and dreams won't see the light  
And all of the plans I make won't come together*

*Something in the air  
Maybe for the only time in my life  
Something in the air  
Turning me around and guiding me right*

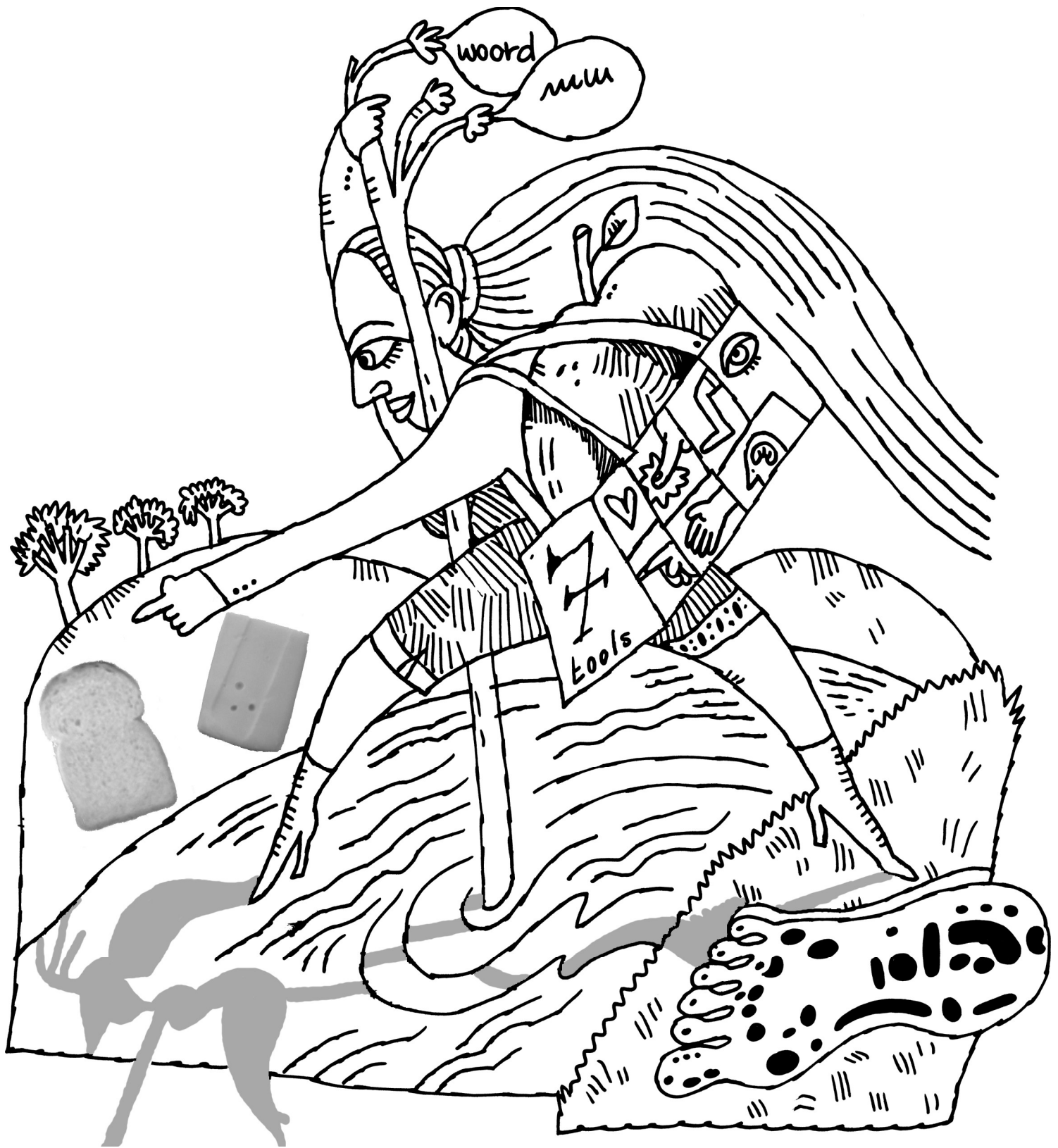
**Alan Parsons Project in *Prime Time*** (BMG Music Publishing, E. Woofson, A. Parsons)

Dit is misschien wel een van de moeilijkste fasen uit het hele proces. De ervaring leert dat de meeste verkopers het er in deze fase bij laten zitten. Maar een fractie van de mensen doet deze oefening in de volle lengte. Maar de mensen die het doen, hebben stuk voor stuk allemaal unieke boodschappen meegekregen.

Mijn vurige wens is dat u een dag investeert om dit proces de tijd te geven. Dat u uzelf de rust schenkt om uw inzichten te laten rijpen, zodat u een helder beeld krijgt van uw missie. Maar weet dat een missie zonder actie wolkenfietserij is, en actie zonder missie slaapwandelen. Welke keuze maakt u?



U heeft nu een belangrijke stap genomen op weg naar zo natuurlijk mogelijk verkopen, Hart Selling. Zodra u volledig volgens uw natuur verkoopt, zal het verkopen ook van nature verlopen.



# 7

## Hart Selling tools

*Elke tool is zo goed als het nut dat hij de gebruiker schenkt.*

Ik hoorde eens een verhaal dat perfect bij de stelling van dit hoofdstuk past. In een fabriek stonden enorme machines die indrukwekkend werk leverden. Op een dag ging een van die machines kapot en luid kreunend en piepend kwam zij tot stilstand. Onmiddellijk werd er een monteur gebeld en toen deze kwam, stelde hij eerst een aantal vragen aan de man die de machine bediende. Daarna liep hij op de machine af om haar eens goed te bekijken en voelde aan de buizen, aan wat onderdelen, luisterde op bepaalde plekken en liep toen naar zijn gereedschapstas. Na even wat gerommeld te hebben, haalde hij een klein hamertje uit zijn tas en liep terug naar de machine. Hij boog voorover, tussen twee buizen door en gaf met het hamertje een lichte tik op de plek waar twee kleine buizen bij elkaar kwamen. En onmiddellijk begon de machine weer te draaien.

Enkele dagen later kreeg de bedrijfsleider een rekening van € 500,00. Maar aangezien de monteur alles bij elkaar maar een kwartiertje bezig was geweest, eiste de bedrijfsleider een specificatie van de rekening. Die specificatie werd hem toegestuurd en zag er als volgt uit:

Tik met de hamer:	€ 0,50
Expertise (weten waar te tikken):	€ <u>499,50</u>
<b>Totaal:</b>	€ 500,00

Elke tool die u gebruikt, heeft zijn eigen kenmerken en elk heeft zo zijn eigen mogelijkheden. Het is de kunst om op het juiste moment de juiste tool te benutten, zodat u zo dicht mogelijk komt bij het maximale resultaat voor dat moment. Wanneer u maximaal effect wilt hebben als Hart Seller, dan benut u de volgende zeven Hart Selling tools: principes, actie, frustratie, vertrouwen, vitaliteit, emotioneel evenwicht en taal.

### 7.1 Principes

Hoeveel u groeit, hoe snel u groeit, en op welke manier u groeit, het zijn allemaal keuzen die u maakt. Bewust of onbewust. En wilt u een ontwikkeling doormaken die u brengt tot uw maximale potentieel, dan is het goed stil te staan bij uw principes. Een principe is het voornaamste dat u kunt hebben. Het verschil tussen een principe en een waarde is dat de waarden plaats- en tijdgebonden zijn. Onder invloed van tijd of plaats kunnen uw waarden zich ontwikkelen en daardoor veranderen. Een principe ligt vast ongeacht plaats en tijd. Het is een grondslag op basis waarvan u werkte, wilt werken en ooit zult werken.

Principes zijn een soort persoonlijke natuurwetten, ze zitten werkelijk verankerd in uw bestaan. Ze staan boven de tijd, ze staan los van mensen en staan los van

culturen. Ze waren waar in het verleden en ze zullen waar blijven in de toekomst, onafhankelijk van uw opinie. In alle windstreken, overal ter wereld, worden principes op dezelfde manier ervaren. Waarden daarentegen veranderen in de tijd en verschillen van cultuur tot cultuur. Waarschijnlijk hechtte u vroeger als kind waarde aan andere zaken dan nu als volwassene. Vroeger liet ik mij leiden door mijn creativiteit en sinds ik weet dat ik enorm creatief ben, is dit geen leidende waarde meer voor me. Er is een leidend principe voor in de plaats gekomen.

De vier basisprincipes voor Hart Selling zijn eerlijkheid, waarheid, harmonie en liefde. En er zijn uiteraard meer principes.

### 7.1.1 Eerlijkheid

Eerlijk duurt het langst en door u eerlijk te zijn tegen uzelf, kunt u het dichtst komen bij wat u werkelijk wilt en kost dat u de minste energie. Nu lijkt het erop alsof we de afgelopen eeuwen eerlijkheid een rationele lading hebben gegeven: zolang we iets maar kunnen verklaren en beargumenteren, lijkt het alsof we eerlijk zijn.

In de praktijk heeft eerlijkheid weinig met ratio te maken, maar alles met gevoel. Denk nog maar eens terug aan de escapades van Bill Clinton en hoe hij op basis van juridisch waterdichte uitspraken en verklaringen probeerde te bewijzen dat hij eerlijk was. Bij de eerste verklaring die Bill Clinton deed, twijfelde ik echter direct aan zijn eerlijkheid. Ook al waren zijn woorden juist gekozen en hadden ze zelfs overtuigingskracht.

Eerlijkheid wordt door sommige mensen flexibel uitgelegd. Inderdaad bestaan er situaties waarin u wel een

leugentje om bestwil wilt gebruiken. En tegenover sommige mensen is het eenvoudig om eerlijk te zijn en tegenover andere mensen is dat een ware oefening. Eerlijkheid is ook niet zomaar geven wat de ander nodig heeft of waar de ander om vraagt.

Zo heb ik een tijd lang gewerkt bij een trainingsbureau, waar ik uiteindelijk vertrok om voor mezelf te beginnen. Aangezien ik in dezelfde tak van sport verderging, gold er een concurrentiebeding gedurende twee jaar. Tijdens die twee jaar heb ik daarom telkens dit bureau op de hoogte gebracht van de relevante activiteiten en projecten. Zo bleef duidelijk voor wie ik werkte en welke zaken ik deed. Anderhalve maand voor het einde van de looptijd van het concurrentiebeding benaderde Walter mij, projectleider bij een bedrijf dat onder het concurrentiebeding viel. Hij wilde praten over een project dat het jaar daarop zou gaan lopen en zocht een trainer voor een belangrijk onderdeel van dat project. Hij wilde snel handelen, want hij had al tijd verloren en had nog niet de juiste persoon gevonden. Binnen twee weken wilde hij de zaak rond hebben. We waren er inderdaad binnen twee weken uit: ik zou participeren in dat project.

Het ging zo snel dat ik verbaasd was over de dynamiek, waardoor ik er niet stil bij had gestaan dat dit contact gebaseerd was op een eerder contact uit de tijd dat ik bij het vorige bureau werkte. De overeenkomst viel dus in principe binnen het concurrentiebeding. Ik was derhalve in overtreding als ik die niet zou melden. In de tussentijd kwam ik in gesprek met een van de directeurs van dit vorige bureau en ik vertelde hem over het project. Ook al viel me dat zwaar. Het was een groot project, dat pas ging lopen ruim nadat de concurrentietermijn verlopen was. En ik had twee jaar trouw gemeld

wat ik deed, bij wie en ik had er eigenlijk nooit enige reactie op gekregen. Maar ook in dit geval voelde ik me verplicht om eerlijk te zijn en te zeggen wat er precies speelde.

De situatie werd complexer toen Geert, de directeur, een claim legde op mogelijke inkomsten van het bewuste project. Dat was een grens voor mij. Het concurrentiebeding bood naar mijn idee geen stevige basis voor zo'n claim. Maar Geert zag een direct verband tussen het project van komend jaar en het gelegde contact dit jaar. Het leggen van het contact viel binnen de concurrentietermijn, wat betekende dat ik een bedrag moest betalen aan zijn bedrijf.

De oefening voor mij was op dat moment om zo dicht mogelijk te komen bij het gevoel dat Geert bij mij wakker riep. Ik merkte dat de geldgerichtheid die ik in zijn verzoek zag, mij raakte. Dat bracht mij uit balans, waardoor het voor mij moeilijker was in alle eerlijkheid openheid van zaken te geven. Uiteindelijk zijn we eruit gekomen.

### 7.1.2 Waarheid

*Let the truth of love be lighted  
Let the love of truth shine clear  
Sensibility, armed with sense and liberty  
Heart and mind united  
In a single perfect sphere*

#### **Rush in Hemispheres**

Eerlijkheid is ook nauw verbonden met waarheid. Ik kan me nog goed een videoclip van de popgroep *Genesis* herinneren, waarin een parodie gemaakt wordt op

een Amerikaanse tv-dominee die de waarheid verkondigt. In die videoclip wordt steeds duidelijker dat zijn waarheid hem vooral veel geld oplevert en dat hij deze waarheid daarom met die stelligheid presenteert.

Waarheid suggereert een vastomlijnd beginsel. In de praktijk blijkt dat echter onhoudbaar. Want wat is waar? Feiten kunnen een zekere waarheid hebben. Uiteraard kunt u mathematisch gezien waarheden verkondigen. Maar in communicatie en relaties bestaat er naar mijn idee geen waarheid. Wat voor mij waar is, kan voor u onwaar zijn en andersom.

Juist daarom is het zo belangrijk om waarheid tot een leidend principe te maken. Hoe dichter u komt bij uw eigen waarheid, hoe sterker en origineler u wordt. Wanneer u vanuit uw eigen waarheid werkt, krijgt u een overtuigingskracht die vergelijkbaar is met een magneet. Als u uw boodschap (product, dienst, organisatie, enzovoort) congruent en waar kunt presenteren, zal een ander dat direct voelen en erkennen.

Het bijzondere van de waarheid is dat zij u helpt om uw hart te openen. Want de snelste manier om uw hart te openen, is uw eigen waarheid te ontdekken. Neale Donald Walsch heeft het over vijf niveaus van de waarheid spreken.

1. Het eerste niveau is om de waarheid over uzelf aan uzelf te vertellen.
2. Het tweede niveau is dat u daarna de waarheid over een ander aan uzelf vertelt.
3. Het derde niveau is dat u de waarheid over uzelf aan een ander vertelt. Daarmee bent u op weg een steeds grotere openheid van zaken en openheid van gevoelens te geven.
4. Deel vervolgens de waarheid over een ander met die ander.



5. En ten slotte, het vijfde niveau, is dat u aan iedereen de waarheid over alles vertelt.

Als u dit vijfvoudige pad bewandelt, zult u ervaren dat de waarheid u in elke denkbare situatie helpt. Blijf daarom zo dicht mogelijk bij uw eigen waarheid. Ontdek haar dagelijks en vertel uzelf de waarheid. Verbeter de wereld, begin bij uzelf. Uiteindelijk leidt uw gevoel voor de waarheid tot balans en tot moeiteloos verkopen ...

### 7.1.3 Harmonie

Harmonie of evenwicht is de meest natuurlijke staat die er is. Kijk maar in de natuur. Telkens slaagt de natuur erin een harmonie te creëren. Blijkbaar zit het in de essentie van het leven om uit chaos een nieuw evenwicht te creëren. U kunt een steen in het water gooien en daarmee een tijdelijke chaos creëren, maar na verloop van tijd dempen de rimpelingen zich en is het wateroppervlak weer glad en harmonieus. Hoe harmonieus bent u? In hoeverre heeft u werkelijk evenwicht in uw eigen leven bereikt? Kijk eens naar dit kompas dat de acht hoofdgebieden van het leven in zich verenigt. Bij elk punt geef ik enkele voorbeelden, die moeiteloos met andere kunnen worden aangevuld.

#### Kompas van het leven

- Zakelijk: uw werk, uw carrière, uw collega's, de organisatie, uw manager.
- Materieel: uw bezit, uw vermogen, uw financiën.
- Emotioneel: uw gevoelsleven, hoe u dat uit, hoe u zich voelt, wat u voelt.
- Sociaal: vrienden, kennissen, relaties, clubs, verenigingen, maatschappij.
- Privé: het 'nest' waarin u opgegroeid bent, uw gezin, uw partner of relatie, hobby's.
- Spiritueel: religie, geloofsovertuiging,

levensovertuiging, filosofie, geestelijke ontwikkeling.

- Fysiek: voeding, houding, ontspanning, verzorging.
- Cultureel: kunst, creativiteit, wetenschap, ecologie, uw natuurlijke omgeving.

Harmonie heeft alles te maken met het organiseren van het leven. En net zo goed als de natuur continu harmonie 'organiseert', bent u ook in staat harmonie te creëren in uw leven.

	Nu 1	Nu 2	Gemiddeld	Zes	Twaalf
Zakelijk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Materieel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Emotioneel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sociaal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Privé	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spiritueel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fysiek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cultureel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Hiervoor staan de acht hoofdgebieden van het leven. Hoe harmonieus zijn ze nu? Geef ze een rapportcijfer tussen 0 en 10, waarbij 0 slecht is en 10 uitmuntend. Hoe tevreden bent u *nu* over deze acht gebieden? Vul dat in de eerste kolom 'Nu 1' in.



Het is nuttig om uw beeld te toetsen aan het beeld dat iemand anders van u heeft. Vraag aan iemand die u goed kent, welk cijfer hij of zij u zou geven op deze acht gebieden. Vul dat in de kolom 'Nu 2' in. Vraag vooral iemand die u goed kent. U zult versteld staan van de re-

acties en van het inzicht dat u nu al krijgt op dit vlak.

De kolom 'Gemiddeld' geeft het gemiddelde cijfer van de kolommen 'Nu 1' en 'Nu 2' weer.

In de volgende kolom geeft u aan waar u over zes maanden wilt zijn of hoe u zich dan wilt voelen op dat gebied. Het cijfer dat u dan bereikt wilt hebben, vult u in in de kolom 'Zes'. Ziet u al patronen ontstaan? Krijgt u al een beeld van wat u wilt gaan doen?

Geef ten slotte met een cijfer tussen 0 en 10 per categorie aan, waar u over twaalf maanden wilt zijn en hoe u zich dan wilt voelen. Dat cijfer vult u in de kolom 'Twaalf' in.

Wanneer u deze oefening bewust en naar eer en geweten invult, krijgt u een beeld van de hoeveelheid harmonie in uw leven. Trekt u de conclusies die goed zijn voor uw eigen evenwicht? En formuleert u de acties die u wilt ondernemen zodat u binnen een halfjaar de harmonie heeft waar u naar streeft?



#### 7.1.4 Liefde

*Niemand kan zich verzetten*

*Niets kan de liefde beletten*

*Zo zijn haar wetten*

*Liefde kan bergen verzetten*

**Marco Borsato in *Tegenpolen*** (Chandler's Ford Music,  
H. Kooreneef, J. Ewbank)

De afgelopen eeuw zijn we erin geslaagd het woord liefde een 'nieuwe' lading mee te geven. Het gevolg is dat het voor veel mensen moeilijk is geworden om het woord te gebruiken. Het lijkt alsof liefde een bijzondere staat van bewustzijn is die maar enkelen is gegeven.

Ik merk het dagelijks in de trainingen die ik geef en de gesprekken die ik voer. In bijna elke salestraining komt het wel eens aan op zelfvertrouwen en respect. Als ik dan stel dat zelfvertrouwen hetzelfde is als liefde voor jezelf, en dat je die liefde ook moet tonen, kijkt het gros van de mensen mij schaapachtig of geschrokken aan. Liefde, dat gebruik je niet in je werk. Dat doe je thuis en dan 't liefst nog in heel bijzondere situaties, zo lijkt wel onze overtuiging.

Het bijzondere aan liefde is echter dat ze het belangrijkste is in ieders leven. Een leven zonder liefde is geen leven. Liefde is in het leven de sterkste kracht die er bestaat, de kracht die alles overwint.

Eens heeft het idee postgevat dat liefde voorbestemd is voor maar een aantal gebieden van ons leven. Voor onze kinderen of relaties, voor familie, vrienden, vriendinnen, in de kunst, in de muziek, als u gedichten schrijft of poëzie leest. In andere sectoren of situaties hebben we het niet meer over liefde, wat me verbaast. Ik houd hier geen pleidooi om de hele dag elkaar de liefde te bewijzen en als in een roze wolk uw tijd door te brengen. Ik breek wel een lans voor een terechte plaats in ons vocabulaire en in ons leven.

Wanneer heeft u voor het laatst tegen iemand gezegd dat u iets voor hem of haar voelde? Wanneer heeft u gezegd dat u houdt van uw vriend of van een van uw ouders? Waarschijnlijk bent u niet gewend dat te zeggen.

Liefde is geen emotie die er dan is en dan weer weg is. Liefde is een staat van zijn. Bij liefde hoort een onvoorwaardelijke staat. Ze is niet een conditie, er zitten geen voorwaarden aan vast. Wat tegenwoordig veel mensen liefde noemen, is een emotionele conditie geworden. Vandaag houd ik van je en zeg ik je dat, en morgen scheld ik je de huid vol. En deze keer ben ik verliefd op je en de volgende keer word ik verliefd op een ander.

Kennelijk kunnen we alleen met liefde omgaan als we er een emotionele conditie van maken. We verbinden er voorwaarden aan. De essentie van liefde is echter, dat ze een staat van innerlijke overvloed is. Ben je volledig in je eigen liefde, dan geef je zonder iets terug te willen ontvangen. Je stroomt gewoon over. En hoe kun je anderen liefde geven, als je moeite hebt om van jezelf te houden?

Als het goed is, uit liefde zich door onvoorwaardelijke, objectieve warmte en aandacht voor een ander. Joe Girard, een Amerikaanse auto-topverkoper, geeft hier een mooie stelling bij. Hij stelt vast dat iedereen allereerst gewaardeerd wil worden, liefde wil ontvangen, om het woord nog maar eens te noemen. Raakt u er al aan gewend en klinkt het al wat normaler?

De voornaamste manier om iemand te tonen dat hij gewaardeerd wordt, is om hem honderd procent onvoorwaardelijke aandacht te geven. Stelt u zich eens een beurs voor, waar tientallen mensen rondlopen. Als ik met een klant praat op een beurs, en ik kijk vooral naar mensen die langskomen in plaats van naar de persoon met wie ik praat, dan geef ik het signaal dat ik die klant eigenlijk niet waardeer. En dat is dodelijk. Als ik dus met iemand praat en er komt bij wijze van spreken een brandweerauto met loeiende sirenes en piepende ban-

den om de hoek, dan zal ik mijn onvoorwaardelijke aandacht moeten blijven geven aan mijn gesprekspartner. Dat is de basis voor liefdevolle communicatie en werkelijk vertrouwen.

## 7.2 Actie!

*Is that the best you can do?*

*Go for it, go for it, go for it, go for it*

*If that's the best you can do*

*And do what you like, but*

*Go for it, go for it, go for it, go for it*

**Joe Jackson in *Go for it*** (RZO Music Ltd)

Joe Jackson spoort ons aan om aan de slag te gaan, om in actie te komen. Dat is voor veel verkopers gesneden koek. Actie is hetgeen waaraan velen u waarschijnlijk herkennen. En misschien leest u nu ontspannen dit boek, maar zou u nu net zo lief sporten, werken, in de tuin zijn, wandelen of hardlopen.

Actie heeft iets tegenstrijdigs: zonder actie gebeurt er niets en te veel actie leidt tot energieverlies en chaos. De kunst is om actie zo gericht mogelijk te maken en dat vol te houden. Er is geen standaardrecept om in actie te komen. Het enige wat u hoeft te doen is, zoals de Nike-slogan zegt: 'Just do it!'. Ga er maar voor, doe het maar. Er zijn wel twee hulpmiddelen om uw actie te ondersteunen, zodat u uw krachten zo optimaal mogelijk gebruikt. Dit zijn focus en discipline.

### 7.2.1 Focus

George, verkoper van begin veertig, werkt al bijna twintig jaar bij hetzelfde bedrijf en verkoopt hetzelfde product: gas. In flessen, tanks en installaties. Een pro-

duct waarvan hij zegt dat het erg vluchtig is en daardoor zo leuk. Ik ontmoet George in een training; in dezelfde groep zitten enkele ambitieuze en jonge twintigers. Mannen die net hun hbo-opleiding af hebben, de verkoop even onder de knie willen krijgen en snel carrière willen maken.

In de training ontstaat er regelmatig discussie over allerlei onderwerpen. De praktijkervaring van George en de theoretische kennis van de 'jonge honden' zorgen telkens voor goede spanning. De jonge honden denken dat als ze een oefening of methode gezien hebben en hem een keer gedaan hebben, dat het daarmee klaar is. George komt dan telkens even met de vraag: 'Hoe zorg je er nou voor dat je dit over twee maanden nog steeds doet?' En dan is het regelmatig stil. Een andere kenmerkende eigenschap van George is dat hij enorm leergierig is en een sterke focus heeft op actie en resultaat. Continu maakt hij een afweging tussen 'Wat leer ik hier nu van' en 'Hoe pas ik dat nu toe?'

In veel van mijn trainingen gebruik ik een systeem waarbij helder wordt wie hoeveel bijdraagt. Voor elke goede, actieve, leuke of slimme bijdrage ontvangt de deelnemer trainingsflorijnen. Dus door slim en goed alle oefeningen te doen en door bij te dragen aan de groep en aan het programma, kan elke deelnemer geld verdienen. Dit is bedoeld om iedereen vaak en veel te waarderen en iedereen te stimuleren om actief mee te doen.

Weer terug naar de training waar George ook aan deelnam. Deze duurt in totaal vier dagen en de eerste dag is een van de jonge honden de winnaar. De tweede dag komt George al dichterbij en aan het eind van de training blijkt George de beste verkoper van de groep te zijn en heeft hij het meest verdiend. Dankzij zijn focus?

## 7.2.2 Discipline

Als u focus heeft, heeft u nog niet automatisch resultaat. Wat u nog meer nodig heeft, maakt het verschil tussen amateurs en kampioenen duidelijk. Kampioenen zetten tegenslagen en fouten om in mogelijkheden voor een volgende situatie. Een amateur herhaalt zijn fouten. De kampioen heeft zijn focus op continu verbeteren en past dit gedisciplineerd toe. Behalve focus heeft u dus discipline nodig om actie om te zetten in resultaat en succes. Gaat u weer mee op ontdekkings-tocht?

Stel, u wilt iets belangrijks doen: een moeilijke offerte afmaken, een klacht onderzoeken en afhandelen, een jaarplan schrijven of iets dergelijks. Ga dan eens na: wie, welke omstandigheid of welke kant van uw gedrag leidt u makkelijk af? Ofwel: welke situaties, personen of eigenschappen van uzelf leiden ertoe dat u uw focus kwijtraakt en uw discipline verliest om te doen wat u weet dat goed is om te doen? Schrijf dat hierna eens op door uzelf van een afstand te bekijken.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Het kost enige discipline om deze vragen consciëntieus te beantwoorden, maar het vraagt nog meer discipline om uw zwakheden op deze punten te verbeteren. Zoals u weet, is discipline investeren en 'automatiseren'. De eerste keer dat u achter het stuur zat, reed u waarschijnlijk met natte plekken onder uw oksels, een klamme rug en met zweet in uw handen in een auto die veel te klein was en veel te groot tegelijkertijd. Naarmate de tijd vorderde, voelde u zich waarschijnlijk wat comfortabeler en tegenwoordig rijdt u misschien wel meer kilometers in een week dan in de eerste jaren bij elkaar.

Discipline wordt zichtbaar in de resultaten naarmate u beter en langer gedisciplineerd bent. Wat gaat u nu doen om ervoor te zorgen dat u focus houdt en gedisciplineerd uw resultaten bereikt? Geef uw creativiteit de ruimte en maak het leuk.

Misschien wilt u vaker 'nee' zeggen.

Wat	Hoe	Wanneer	Met wie
'nee' zeggen	'nee' zeggen op vragen waarvan u niet direct het nut inziet, of die belangrijker zijn voor de ander dan voor uzelf	een week	overleg en informeer met uw buddy

Zo concreet zou u discipline kunnen ontwikkelen. Het gaat om de oefening en de ervaring. Natuurlijk kunt u nu denken: die Arnold is ook een mooie met dit voorbeeld. Dit kan niet een week lang lukken, want ... Ik vertrouw erop dat u weet wanneer u af kunt wijken van uw eigen opdracht. Wanneer u echter bij voorbaat al rekening houdt met de uitzonderingen, dan bepaalt uw

omgeving wat u leert en heeft u niet meer het roer in eigen handen, zo leert de ervaring! Wanneer u drie weken lang dagelijks met één verbeteractie bezig bent, is het een tweede natuur geworden.

Go for it!

Wat	Hoe	Wanneer	Met wie
.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....

*En als ik wacht totdat het beter gaat  
Gebeurt er niets en kom ik steeds te laat*

**Blof in Anders** (Polygram Music Publishing, A. Slager)



### 7.3 Frustratie

Actie leidt tot feedback en feedback kan plezierig zijn of frustrerend. Frustratie is in feite de 'schaduwzijde' van ontwikkeling. Denk nog eens terug aan een situatie waarin u zich gefrustreerd voelde. Voelt u wat er gebeurt als u zich gefrustreerd voelt, voelt u zich dan ook in elkaar schrompelen en klein worden? Voelt u mis-

schien zelfs pijn? Fysieke pijn, mentale pijn, emotionele pijn? Fysieke pijn is een uiting van het lichaam, dat er iets mis mee is. Mentale pijn openbaart zich onder andere als bezorgdheid, niet kunnen kiezen, onzekerheid, ronddraaien, wikken en wegen, twijfelen. Emotionele pijn uit zich als verdriet, angst, boosheid, verbittering, teleurstelling, enzovoort.

In welke vorm dan ook, pijn is in feite een prikkel om te veranderen of te groeien. Het is een teken dat u mag ontwaken en mag evalueren wat u over het hoofd heeft gezien. Zo zijn pijn en tegenslag een 'geschenk om te groeien'.

De keuze is altijd aan u. Of u blijft, pijnlijk genoeg, doen wat u tot nu toe gedaan heeft. Of u pakt de uitdaging aan en groeit. Roy Martina zegt altijd: 'Gefrustreerd? Gefeliciteerd!' Zie pijn als de voorbode van het moment waarop u een patroon doorbreekt. Het is de laatste verdediging voor een verbetering. Het is een ware kunst om de pijn te onderzoeken en de boodschap die daarin zit, te vertalen naar actie. De inzichten die u zo verwerft, zullen zeker een sprong in uw ontwikkeling betekenen.

Edward ontmoette ik net na een lezing op een congres. Hij was teleurgesteld en had feedback voor mij. Volgens hem had ik in de presentatie een aantal essentiële punten onvoldoende belicht. Ik moest dat de volgende keer anders doen, dan pas zou ik een topprestatie leveren. Nu was het ondermaats geweest en was Edward niet tevreden. Zijn feedback was waardevol voor me, ik leerde er veel van. En in ons gesprek werd gaandeweg duidelijk dat zijn frustratie ook te maken had met iets wat veel dieper lag dan deze feedback voor mij. Het had te maken met mijn reactie op vragen in de zaal. Tijdens

de presentatie zat de zaal vol met vijftig mensen. Edward voerde meestal het hoogste woord. Verschillende malen gaf ik hem gepaste ruimte en daarna ging ik weer verder bij iemand anders of met mijn presentatie. Ik had namelijk nog negenenveertig mensen tevreden te houden. De eerste keer dat ik dat deed zag ik hem schrikken. De tweede keer keek hij boos in mijn richting. De derde keer ging hij praten met zijn buurvrouw en op een gegeven moment ging hij muiten en actief laten horen dat ik zijn verzoek om extra aandacht niet honoreerde. Zijn frustratie groeide.

In ons gesprek kwamen we erachter dat hij mijn waardering nodig had om erkend te worden. Hij wilde graag gehoord worden, maar ik liet hem telkens maar een stukje komen en daarna ging ik weer verder. Ik gaf hem dus te weinig van wat hij zocht. Toen we beiden die conclusie trokken, moesten we lachen dat we elkaar zo 'gefrustreerd' hadden. Een leerzame situatie.

Wees dus altijd blij met de frustraties die u ontmoet. Ga daarom eens terug naar een situatie waarin u zich gefrustreerd, geïrriteerd, boos en verward voelde. Denk daarbij aan iets wat u heel moeilijk vond op dat moment. Stel uzelf de volgende vier frustratievragen.

1. Wat was hier het moeilijkst aan?

.....  
 .....

2. Wat heb ik hiervan geleerd?

.....  
 .....

3. Wat zijn de voordelen om dit toen te hebben ervaren?

.....  
 .....

4. Hoe zullen deze kennis en inzichten me helpen voor de toekomst?

.....  
 .....

Een oud Chinees gezegde is: 'U kunt klagen over de duisternis, u kunt ook een kaars ontsteken.'



## 7.4 Vertrouwen

*The moment I let go of it,  
 was the moment I got more than I could handle.  
 The moment I jump off of it,  
 was the moment I touched down.*

**Alanis Morissette in *Thank you*** (MCA Music Holland)

Elke frustratie is een tijdelijke deuk in uw zelfvertrouwen. En voor een goede prestatie is juist vertrouwen zo belangrijk. Dat houdt u namelijk op de been. Wanneer u zelfvertrouwen vertaalt naar vertrouwen in het algemeen, dan komt u bij een boeiende paradox: aan de ene kant wilt u vertrouwen dat alles goed gaat en aan de andere kant onderneemt u actie om het goede verloop 'af te dwingen'.

Deze paradox doet sterk denken aan het vasthouden van zand op het strand in uw hand, terwijl u uw vuist dichtknijpt. Hoe harder u knijpt, hoe minder zand u in uw hand kunt houden. Houdt u uw handen open, dan kunt u veel meer zand vasthouden. Zo is vertrouwen direct gekoppeld aan het vermogen los te laten. Waarom zou u vast willen houden, controleren, beheersen als u een rotsvaste overtuiging heeft dat u succes zult hebben?

Waarom wilt u eigenlijk beheersen?

Vaak is een beperkt zelfvertrouwen geboren uit onzekerheid. Herkent u een van deze controlepunten? Vink die dan aan.

- Controle willen houden over opdrachten, klanten, collega's en anderen.
- Willen beheersen.
- Veel kennis willen hebben.
- Het naadje van de kous willen weten.
- Veel tijd investeren in een voorbereiding.
- Stapels tijdschriften en vakbladen lezen.
- Elk artikel van het begin tot het eind helemaal doornemen.
- Alles willen weten.
- Het hemd van het lijf vragen.
- Onzeker zijn over de afloop.
- Twijfelen nadat u iets gedaan hebt, een taak volbracht hebt.
- Erkenning zoeken bij anderen.
- Waardering vragen bij collega's, klanten, manager.
- Alles willen begrijpen.
- .....

Waarschijnlijk herkent u er wel een aantal. Het is eerder regel dan uitzondering dat een aantal van deze controlepunten ook op u van toepassing is.

Misschien vraagt u zich af hoe u zaken los kunt laten? Alanis Morissette gaf in het begin van deze paragraaf al de eerste voorzet. Maar er is natuurlijk meer. Naarmate uw zelfvertrouwen groeit, zal het vertrouwen dat anderen in u hebben automatisch verdubbelen. Dit is een ijzeren wet in communicatie. Het is als in een relatie of tijdens de jacht naar een nieuwe relatie. U ziet een persoon (m/v) die u bijzonder aantrekkelijk vindt. U denkt ... wow ... dat is mijn prins(es) op het witte paard! U voelt de vlinders in uw buik en u staat te popelen om te doen wat uw hart u ingeeft.

U stuurt een bos bloemen met Valentijnsdag, u stuurt een doos bonbons op zijn/haar verjaardag, u stuurt een cadeautje op Thanksgiving, u achterhaalt zijn/haar e-mailadres en stuurt regelmatig een digitale kaart, u stuurt gedichten, u belt op, en ga zo maar door. U gebruikt elke situatie en uw hele creativiteit om te laten zien dat u er bent, hoe mooi u bent, hoe goed u bent.

Wat gebeurt er met de ander, denkt u? Wat maakt u bij de ander los?

#### 7.4.1 Loslaten

Inderdaad, vertrouwen heeft alles te maken met loslaten. Te veel willen stoot af. Het is de kunst om zoveel vertrouwen te hebben in uzelf dat u weet dat u alles doet wat u kunt doen, zodat u altijd honderd procent vertrouwen heeft in de goede afloop.

Ik herinner me nog goed een verkoopgesprek bij een caoafabriek in de Zaanstreek. Ik had daar na vele pogingen eindelijk een gesprek met de inkoper. Mijn manager zou meegaan, want hij zou me die dag coachen. Ik had me voorbereid zoals ik me nog nooit voorbereid had; ik wist alles van die fabriek, van die persoon, van

de producten, van de markt, van de ontwikkelingen, enzovoort. Alles had ik onderzocht en overal wist ik iets van.

We gingen het gesprek in en ik was er vast van overtuigd dat de methode om deze man te imponeren was om te laten zien hoeveel ik wist over zijn situatie. Ik gebruikte daarom elk moment dat zich voordeed om mijn kennis te etaleren. Ik vertelde hem dingen over zijn eigen fabriek die hij zelf niet eens wist. In plaats van hem te imponeren maakte ik de inkoper onzeker.

De conclusie was duidelijk en ik verliet het pand samen met mijn manager met hangende schouders. De belangrijkste les die ik daar toen uit geleerd heb, was: Bereid je voor, maar vooral, vertrouw op jezelf. Marco Borsato zegt hierover: 'Laat het los, het trekt je naar beneden. Kijk niet achterom, maar volg de zon.'

Vaak heeft loslaten te maken met een onzekerheid over óf het verleden óf de toekomst. Het dubbelzinnige aan deze situatie is dat we aan beide niets kunnen doen. We kunnen het verleden accepteren, maar niet meer veranderen. De toekomst kunnen we niet bepalen, behalve door nu te doen waar we toe in staat zijn. Er is in feite maar één moment. Het verleden is voorbij en de toekomst is er nooit. De toekomst is als een horizon.

Dat is precies zo met loslaten: als u er nú zeker van bent dat u op dít moment de juiste beslissing neemt en de juiste handeling pleegt, waar zou u zich dan nog zorgen om maken?

Loslaten kan ook in fysieke zin. Ik gaf eens een serie trainingen voor een luchtvaartmaatschappij aan een



groep verkopers uit de hele wereld. Van Zuid-Amerika tot Hongkong en van Zuid-Afrika tot Noorwegen kwamen mensen een week lang naar Nederland voor de trainingen. Het was een voorrecht en een genoegen om zoveel verschillende culturen en mensen bij elkaar te zien met eenzelfde focus, het verkopen, en eenzelfde bereidheid om te leren.

In een van de pauzes ging ik naar het toilet. Daar nam mijn fantasie me mee en genoot ik al van de gedachte, dat ik niet alleen de verkopers maar ook hun salesmanagers zou trainen. Wat een feest zou dat zijn! Dan zou er nog meer kracht komen uit de training en de mensen. Ik waste mijn handen en ik ging op weg naar de trainingsruimte met een grote grijns op mijn gezicht. Opeens werd ik aangesproken door een dame die zei: 'Jij bent Arnold, toch?' Verbaasd zei ik: 'Euh ... ja.', en ik stak mijn hand uit en stelde me voor. Zij stelde zich ook voor; ze had blijkbaar al het een en ander over mij gehoord en informatie ingewonnen. Ik zei: 'Ik vind het hartstikke leuk om je te ontmoeten, en wat is de reden dat je me aanspreekt?' Toen kwamen de gedenkwaardige woorden: 'Jij traint nu onze verkopers, maar wil je eens meedenken in het project dat we nu aan het opzetten zijn om alle salesmanagers ook een nieuwe training aan te bieden?'

U begrijpt, ik was verbaasd, overdonderd, onder de indruk, gelukkig en alles tegelijk. Ik had tot dat moment eigenlijk nooit ervaren dat loslaten zo snel resultaat had. Daarna heb ik nog talloze malen – ik ben gestopt met tellen omdat ik weet dat het werkt – ontdekt dat zodra ik iets losliet, het in veelvoud naar mij toe kwam.

Zo zijn er nog allerlei verschillende praktische manieren om los te laten:

- U kunt de natuur in gaan om echt los te laten.
- U kunt gaan sporten.
- U kunt zich volledig richten op een van uw hobby's.
- U kunt een massage nemen of een warm bad. Er is in Groot-Brittannië een paar jaar geleden een boeiend onderzoek gedaan naar de beste plaats om creatieve nieuwe ideeën op te doen. Het overgrote deel van de respondenten bleek hiervoor de badkamer en het toilet te noemen. Herkent u dit?
- Gebruik uw dagboek. Schrijf zoveel mogelijk wat u meemaakt op in uw dagboek. Daarmee houdt u uw hoofd helder en kunt u makkelijk loslaten wat er allemaal gebeurd is.

Loslaten is een oefening die jaren kan duren, maar steeds eenvoudiger wordt naarmate u het vaker doet.

#### 7.4.2 Synchroniciteit

Vertrouwen kan ook te maken hebben met de vraag of u erop vertrouwt dat alles wat voor uw ontwikkeling belangrijk is, zich vanzelf zal aandienen op het juiste moment.

Luc en Carolien zijn goede vrienden van ons. We zaten een keer een spel te spelen. De avond vorderde, het was ruim na twaalf en het bleef inspirerend en gezellig. Op een gegeven moment was een van de vragen in het spel voor Luc bestemd. De vraag was wat hij met zijn missie wilde doen. Er ontstond een geanimeerd gesprek over wanneer de missie volbracht zou kunnen worden, op welke wijze, welke voorwaarden er waren, wat er eerst nog gedaan moest worden. Kortom, er waren allerlei bespiegelingen over zijn missie en de realisatie daarvan. Maar hij twijfelde ook volop. Eerst nog zijn di-

visie op orde brengen, eerst de beursgang tot een succes maken, eerst nog minimaal een jaar daarna doorgaan, eerst nog ... Enzovoort. Hij zag het niet zitten om nu al met zijn missie aan de gang te gaan.

We hadden ook 'toevallig' een schaal met Fortune Cookies op tafel staan. U weet wel, van die leuke Chinese koekjes met in elk koekje een boodschap.

Zonder na te denken greep ik zo'n netjes in zilverpapier verpakt Fortune Cookie van de schaal en gaf het aan Luc. Hij pakte het uit en keek verbaasd naar mij met een vraagteken in zijn ogen tot aan het plafond. Ik begreep nog niet wat er aan de hand was. Uit het Fortune Cookie kwam de volgende tekst: 'Ook met je verborgen talenten kun je geld verdienen.'

We hebben enorm gelachen en genoten van deze toevalligheid. Dit is een voorbeeld van wat men synchroniciteit noemt. En juist op dit moment van schrijven krijg ik een e-mail binnen van een vriend van me:

*This will give the paranoid something new to talk about:*

*Do you remember Nostradamus and his predictions? You may recall that he had predicted that the 21st century would be ruled by someone/something linked to the number '666'. It was thought that 666 was the number of the devil (remember the movie 'Omen')! Well, you'd be amazed to know that 666 in Hebrew, the Jewish language – and also the language of the Bible – is written as www . . . yes, the Internet!! Call it a twist of interpretation, or sheer coincidence, or what you will . . . but still, quite remarkable!!*

*Yours  
Stephane*

Synchroniciteiten zijn schijnbare toevalligheden, die veroorzaakt worden door uw onbewuste. Dat is tenminste de stelling van de beroemde psycholoog Carl Jung. Hij noemde ze ook wel creatieve acties. Wij creëren die acties zelf.

Het interessante aan synchroniciteiten is dat ze nog niet bewezen zijn, het is beter de vraag te stellen: 'Wilt u gelijk hebben en bewijzen, of wilt u geluk hebben?' Als u zich openstelt voor de mogelijkheid dat ze bestaan, gebeuren er bijna automatisch heel bijzondere dingen.

Zo is de beroemde Post-it memo, die u waarschijnlijk overal in uw kantoor tegenkomt, toevallig ontdekt. Fry, de researcher van 3M, was op zoek naar een speciale nieuwe lijm. Gaandeweg ontdekte hij een lijm die makkelijk losliet, terwijl hij dat aanvankelijk niet bewust zocht. Deze toevallige vinding is de basis van de Post-it memo's en betekent een miljardensucces voor 3M.

En wat dacht u van deze lijst van toevalligheden?

Abraham Lincoln werd gekozen in het Congres in 1846.

John F. Kennedy werd gekozen in het Congres in 1946.

Abraham Lincoln werd gekozen tot president in 1860.  
John F. Kennedy werd gekozen tot president in 1960.

De namen Lincoln en Kennedy bestaan beide uit zeven letters

Beiden waren bijzonder begaan met burgerrechten.  
Beiden verloren kinderen terwijl ze in het Witte Huis woonden.

Beide presidenten werden neergeschoten op een vrijdag.  
Beide presidenten werden in hun hoofd geschoten.

Lincolns secretaris heette Kennedy.  
Kennedy's secretaris heette Lincoln.

Beiden werden vermoord door zuiderlingen.  
Beiden werden ook opgevolgd door zuiderlingen.  
Beide opvolgers heetten Johnson.  
Andrew Johnson, die Lincoln opvolgde, was geboren in 1809.  
Lyndon Johnson, die Kennedy opvolgde, was geboren in 1908.

John Wilkes Booth, de moordenaar van Lincoln, was geboren in 1839.  
Lee Harvey Oswald, de moordenaar van Kennedy, was geboren in 1939.

Beide moordenaars werden bekend met hun drie namen.  
Beide namen bestaan uit vijftien letters.

Lincoln is neergeschoten bij een theater genaamd: 'Kennedy'.  
Kennedy is neergeschoten in een auto genaamd: 'Lincoln'.

Booth vluchtte weg van het theater en werd opgepakt in een magazijn.  
Oswald vluchtte uit een magazijn en werd opgepakt in een theater.  
Booth en Oswald zijn beiden vermoord voordat ze terechtgesteld werden.

En een week voordat Lincoln werd neergeschoten, was hij in Monroe, Maryland.  
Een week voordat Kennedy werd neergeschoten, was hij samen met Marilyn Monroe.

Natuurlijk kunt u zich afvragen of het allemaal wel kan, of die toevallige gebeurtenissen wel echt bestaan. Mijn ervaring is dat, sinds ik bereid ben om dit fenomeen 'het voordeel van de twijfel' te gunnen, ik telkens word verrast door de grootsheid, de impact en de frequentie van deze gebeurtenissen. Speelt u dus eens met de gedachte dat synchroniciteiten bestaan. Kijk, luister en observeer eens een week lang welke boodschappen u krijgt van andere mensen in beelden, metaforen, teksten, informatie en ontmoetingen die toevallig lijken. En ervaar welke toevalligheden u toevallen ...



## 7.5 Vitaliteit

Het kan zijn dat u zich al allerlei zaken hebt voorgenomen. U gaat er helemaal voor. Dan is er nog een boeiende volgende stap. Alles wat u van plan bent, realiseert u veel eenvoudiger als uw vitaliteit onvoorwaardelijk uw aandacht krijgt.

Vitaliteit heeft alles te maken met respect hebben voor uw lijf en leden en die onderhouden als het belangrijkste wat u hebt. Roy Martina, arts en wereldwijd de belangrijkste expert op het gebied van vitaliteit, schrijft in zijn boek *Vitaliteit* (waar onlangs de tiende druk van is verschenen) dat hij op zijn tachtigste een marathon wil lopen. Toen ik hem hier onlangs aan herinnerde,

keek hij mij geamuseerd aan en zei: 'Nee, dat is achterhaalde informatie, ik wil geen marathon lopen. Ik ga een triathlon doen.' We keken elkaar met een grote grijns aan. Ik zie het hem nog doen ook.

Roy is een topsporter in hart en nieren. Hij was veelvoudig Europees kampioen Kiokushinkai, de zwaarste vorm van karate. Hij heeft nog steeds enkele wereldrecords op zijn naam staan. Eén daarvan is de snelste knock-out ooit. Ook heeft hij het record gehad van de meeste knock-outs op één dag. Hij is supervitaal en in staat honderden mensen van 's ochtends vroeg tot 's avonds laat te stimuleren om hun grenzen te verkennen en te verleggen. Hij is cum laude afgestudeerd arts en 'uitvinder' van honderden medicijnen en methoden om vitaal te worden. Hij is een voorbeeld van wat vitaliteit kan betekenen. De stappen die ik hierna beschrijf, zijn gebaseerd op zijn werk.

Dit specifieke stuk over vitaliteit kan u op verschillende manieren stimuleren. Of u gaat er met volledige overtuiging tegenaan en u ontdekt dat u nog meer energie heeft dan u ooit gedacht had. Of u neemt het voor kennisgeving aan en laat het verder voor wat het is. Aan u de keuze. Dit stuk is een doe-stuk. Vitaliteit heeft namelijk niets met lezen te maken maar alles met leven. Het verschil is maar één letter. Wilt u lezen of wilt u leven?

Er zijn zeven stappen naar supervitaliteit.

Stap 1: Eet en drink gezond.

Stap 2: Ontdek en ontwikkel uw energie.

Stap 3: Beweeg!

Stap 4: Ontgift uw lichaam.

Stap 5: Neem extra's.

Stap 6: Vergroot uw geestelijke vitaliteit.

Stap 7: Werk aan uzelf.

Deze zeven stappen kunnen een kwantumsprong veroorzaken in uw leven. Bent u klaar voor de start?

### 7.5.1 Stap 1 – Eet en drink gezond

U bent wat u eet, om maar eens met een cliché te beginnen. Maar drinken is net zo belangrijk. Heeft u zich wel eens afgevraagd hoeveel water er op aarde is? Zeventig procent van onze planeet is bedekt met water. Tachtig procent van ons lichaam bestaat uit water. En waaruit zal dus een groot deel van uw dagelijkse kost moeten bestaan voor een goede balans? Inderdaad. Zorg ervoor dat zeventig procent van de dingen die u eet rijk zijn aan water. Neemt u daarvoor vers fruit, verse groenten en vers sap.

Een snelle manier om u fitter te voelen is veel water drinken. Een handige vuistregel is om minimaal één glas water per uur te drinken, naast de andere dranken die u inneemt. Over die andere dranken gesproken, drink zoveel mogelijk zuivere en natuurlijke dranken, zoals vers vruchtensap, kruidenthee en reformkoffie. Andere dranken zijn een aanslag op uw energieniveau, zoals u hierna zult zien.

Naarmate u meer vocht inneemt, wordt het makkelijker voor uw lichaam om afvalstoffen af te voeren. Het tegengestelde is ook waar. Als u de hoeveelheid vocht beperkt, zullen de afvalstoffen zich juist gaan concentreren op plaatsen waar u het meest gevoelig bent. En als u drank inneemt, die in zichzelf al afvalstoffen bevat, of de aanmaak van afvalstoffen stimuleert, zult u het systeem alleen maar meer ontregelen. Deze dranken kunt u beter vervangen. Voorbeelden hiervan in volgorde van minst remmend op uw vitaliteit:

1. 'gewone' thee (beperkt de eliminatie van gifstoffen);
2. koffie (beperkt de eliminatie van gifstoffen meer dan thee);

3. frisdrank (geeft een korte suikerprikkel en een suikerdip erna);
4. melk (een drank van een ander zoogdier, jaren na uw zoogtijd; veel kinderen met een voedselallergie blijken overgevoelig te zijn voor zuivel);
5. alcohol (verstoot de werking van uw hersenen en lever, maar dat wist u al).

Wilt u echt veel natuurlijke energie hebben, stop dan met deze dranken en vervang ze door alternatieven. En drink daarnaast zoveel mogelijk water. Er zijn onderzoeken geweest waaruit zelfs blijkt dat u alleen al door een aantal glazen water direct achter elkaar te drinken, een sterk kalmerend effect bereikt. Er is zelfs een Chinese watertherapie, die voorschrijft onmiddellijk na het opstaan een emmer water te drinken. Mijn eigen ervaring is dat twee glazen ook al werkt en als u dan lauwwarm water neemt, kunt u de koffie voor de ochtend als laxemiddel ook vaarwel zeggen. Concentreer u dus op dranken die uw vitaliteit ondersteunen in plaats van die welke energie kosten.

#### *Voeding*

Dr. Alexis Caroll, Nobelprijswinnaar in 1912, besloot te onderzoeken wat voor effect goede voeding en het ontbreken van afvalstoffen op de levensduur van kippen hebben. Normaal gesproken leven kippen elf jaar. Hij hield in een laboratorium de cellen van kippen vrij van hun eigen afvalstoffen en voorzag ze van de benodigde voedingsstoffen. Hij slaagde er zo in deze cellen vierendertig jaar lang in leven te houden, drie keer zo lang als de gemiddelde leeftijd van een kip! Dr. Caroll kwam tot de overtuiging dat men de cellen voor altijd in leven zou kunnen houden en hij besloot het experiment te beëindigen.

Het is dus een ware kunst om u juist te voeden. Voeding

is de brandstof van uw lichaam. De kunst is om uw voeding zo energierijk mogelijk te combineren, de juiste hoeveelheden te gebruiken en de juiste soorten.

#### *De juiste hoeveelheid*

Het eerste principe is om de juiste hoeveelheden te eten. Het beste advies dat ik u kan geven is: eet zo min mogelijk. Ik zie de vraagtekens al op uw voorhoofd verschijnen. Ik zou nu een dubbeltje overhebben voor een plaatje van uw gezicht, maar geloof me, heel wat onderzoeken hebben inmiddels bewezen dat de beste manier om de levensduur van een levend wezen te verlengen, is om de hoeveelheid voedsel te verminderen. Er is een prachtig experiment geweest met ratten. Door de hoeveelheid voedsel tot de helft terug te brengen wisten de onderzoekers de dieren tweemaal zo lang in leven te houden. Het onderzoek is daarna nog uitgebreid getest en gecontroleerd, en de uitkomst is bevestigd. Telkens bleek dat de hoeveelheid voedsel een directe relatie had met de levensduur.

Nu zult u misschien zeggen: 'Ja, ik moet ook genieten en ik heb er geen zin in om als een soort van dieetfaanaat door het leven te gaan'. Daar heeft u gelijk in en dat is ook niet nodig. Ik denk er net zo over als u, maar ik heb liever honderd jaar lang plezier van elke dag voldoende eten dan zeventig jaar lang plezier van elke dag veel eten.

#### *De combinatie van voedingsmiddelen*

De tweede basis van voeding die u vitaal maakt, heeft te maken met de combinatie van voedingsmiddelen. Nog niet zo lang geleden vierde een arts, Steven Smith, zijn honderdste verjaardag. Uit zijn mond is opgetekend dat hij een recept heeft om zo lang te leven. Hij zegt: 'Zorg in de eerste vijftig jaar van je leven voor je

maag, dan zorgt de maag voor jou in de volgende vijftig jaar.'

Er is nogal wat onderzoek gedaan naar de combinatie van voedingsmiddelen en het effect daarvan op uw spijsvertering en op uw energiehuishouding. Door deze wetenschappelijke onderzoeken lijkt het alsof het ingewikkeld is voedingsmiddelen te combineren. Het tegendeel is waar. Alles heeft te maken met de vertering van wat u eet.

Eet u wel eens gelijktijdig vlees en aardappelen? Combineert u wel eens brood met kaas? Melk en graanproducten? Vis en rijst?

Dan zal het u verrassen dat deze combinaties belemmerend zijn voor uw inwendige systeem en u van uw energie beroven. Er bestaat een kans dat u steeds meer weerzin krijgt tegen wat u hier leest, maar er is een eenvoudige verklaring voor deze opvatting. Waar het om gaat is de vertering, zoals eerder gemeld.

Verschillende voedingsmiddelen worden op verschillende manieren verteerd. Voedingsmiddelen die rijk zijn aan zetmeel, zoals rijst, brood en aardappelen, vereisen een basisch milieu. Een milieu met een lage pH-waarde, voor de scheikundigen. Dit milieu wordt in uw mond al tot stand gebracht, door het enzym tyaline.

Eiwitrijk voedsel daarentegen, zoals vlees, zuivelproducten, noten, zaden en gevogelte, heeft juist het tegenovergestelde nodig, namelijk een zuur milieu met een hoge pH-waarde. Pas in een zuur milieu wordt dit voedsel verteerd. De stoffen hiervoor zijn zoutzuur en pepsine, in de maag.

Het is een eenvoudige chemische wet die zegt dat twee

tegengestelde milieus, zuur en basisch, niet tegelijkertijd werkzaam kunnen zijn. Ze neutraliseren elkaar. Dus als u tegelijkertijd zetmeel en eiwitten eet, zoals brood met kaas of vlees en aardappelen, dan is de spijsvertering van slag. In het ergste geval wordt de spijsvertering belemmerd of zelfs volledig gestopt. Dit kan leiden tot onverteerd voedsel en wellicht heeft u het gevolg daarvan wel eens ervaren: na een stevige maaltijd spare ribs met friet of een enorme varkenshaas met pasta vertraagde uw stoelgang.

De combinatie van onverenigbare voedingsmiddelen berooft u dus direct van energie. Een eenvoudige oplossing hiervoor is om niet meer dan één vast voedingsmiddel per maaltijd te eten. Wilt u per se vlees blijven eten, eet dan 's avonds vlees en tussen de middag dat wat u normaal gesproken zou combineren met het vlees, bijvoorbeeld aardappelen. Combineer het vlees dan met groenten en salades. Als u per se kaas wilt blijven eten, eet dan kaas tijdens de lunch en het brood bij de avondmaaltijd. Of de kaas apart tussendoor en het brood met ander beleg. Kortom, wanneer u het creatief bekijkt, kunt u hetzelfde blijven eten, alleen in een andere volgorde.

#### *Soort voedingsmiddelen*

De soort voedingsmiddelen verhoogt direct uw energieniveau en laadt uw batterij weer op. Er is onderzoek gedaan naar vitaliteit en de vraag hoe mensen een lang leven bereiken. Daaruit bleek dat beperking of verbanning van verschillende voedingsmiddelen essentieel was. Tot die voedingsmiddelen behoren vlees, zuivel, suiker en andere geraffineerde producten.

*Vlees*

Waarom zou u vlees verwijderen? Daarvoor bestaat een eenvoudige reden: als u vlees eet, kost het u meer energie dan dat het u oplevert. Dus waarom zou u eigenlijk vlees eten? Daarnaast kunt u zich afvragen of uw gebit er net zo uitziet als dat van een echte vleeseter, een leeuw of een tijger. Ons gebit is vooral gemaakt om voeding te malen en niet om vlees in stukken te scheuren. Ook leidt de consumptie van vlees vaak tot lusteloosheid. Wellicht herkent u het opgeblazen gevoel na zwaar getafeld te hebben. Beperk dus de hoeveelheid vlees of stop met vlees. Er zijn voldoende alternatieven; elke goede supermarkt heeft een heel scala, zoals tofu, soja en quorn. De bouwstoffen in vlees kunt u met gemak halen uit groenten, noten en zaden.

*Zuivel*

Wij wonen in een land dat wereldberoemd is om zijn zuivelindustrie. Overal in de wereld worden producten van Nederlandse zuivelmultinationals verkocht. 'Iedereen' in Nederland is er dus van overtuigd dat zuivel goed is. Melk is goed voor elk. Met melk meer mans. Het is logisch dat de zuivelindustrie ons dat wil laten geloven. Maar nog even de gewetensvragen herhalen: kent u een ander zoogdier (dat zijn we tenslotte nog steeds) dat melk drinkt na zijn zoogtijd? Heeft u wel eens een zoogdier melk zien drinken van een ander zoogdier? Een paard dat melk komt halen bij een koe of een geit die melk komt vragen bij een ezel? Voelt u misschien ook wanneer u een stevig glas melk gedronken heeft, die slijm in uw mond? Dat is een vorm van afweer en een signaal dat melk moeilijk te verteren is. Zuivel kunt u het best tot een minimum beperken. Het blijkt zelfs dat zuivel, zoals kaas, yoghurt en room, de kwalen verergert van onder meer mensen die last hebben van migraine. Dus overweeg alternatieven en u zult zien wat het betekent voor uw energieniveau.

*Suiker*

Ook suiker is niet goed voor onze gezondheid. De commercie is erin geslaagd ons te doen geloven dat candybars of snoep u snel energie geven. Dat klopt in grote lijnen ook. Er zitten alleen twee negatieve kanten aan.

Ten eerste zijn alle geraffineerde suikers (dat is alle gebruikelijke snoep) snelle suikers. Dat wil zeggen dat u er snel energie door krijgt, maar ook dat, zodra ze zijn uitgewerkt, uw bloedsuikerspiegel terugvalt naar een lager niveau dan voor de consumptie. Op de korte termijn werken dergelijke suikers dus, maar op de langere termijn kost het u weer energie om boven Jan te komen. En wat heeft suiker daarnaast voor effect op uw gebit, denkt u?

Ten tweede tonen onderzoeken onder miljoenen jeugdigen aan dat veel kwalen ontstaan door regelmatige of veelvuldige consumptie van suiker: allergieën, overactiviteit, fysieke aandoeningen of geestelijke onrust. Kortom, suiker is een stof die u fysiek gezien niet nodig heeft.

Uw vitaliteit wordt enorm gestimuleerd door groenten en fruit, als u ze tenminste eet. Bovendien zijn ze heilend voor uw gezondheid. Met name maag- en darm-aandoeningen komen minder vaak voor bij mensen die veel en vaak groente en fruit eten. U kunt dus prachtige resultaten bereiken met groente en fruit. Lever zelf het bewijs en doe eens een groente-en-fruitdag. Eens per week een groente-en-fruitdag, waarop u zo vaak en zo veel fruit eet als u nodig heeft. Laat de gebruikelijke eetmomenten even los en eet wanneer u trek heeft. Drink er voldoende water bij. En sta dan in de loop van de dag even stil bij wat het met u doet. Voel wat u voelt, en merk eens hoe uw lichaam erop reageert. Mijn

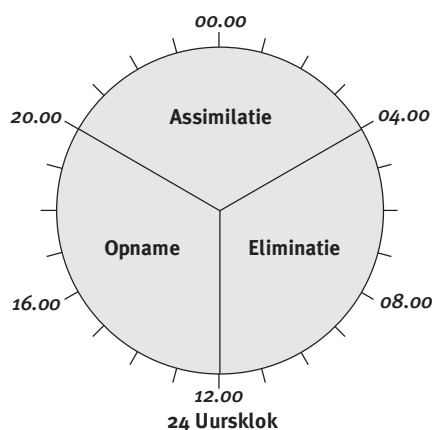


ervaring is dat ik in de loop van de dag een enorme energie-impuls krijg wanneer ik de ochtend 'ontgiftend' heb doorgebracht.

### Timing

Van de soort voeding stappen we over op de tijdstippen van consumptie. Er zijn ruwweg drie processen die in uw lichaam plaatsvinden wat voeding betreft:

1. eliminatie (afval en restanten);
2. opname (eten en spijsvertering);
3. assimilatie (absorptie en gebruik).



De eliminatiecyclus vindt plaats van het begin van de ochtend (04.00 uur) tot het begin van de middag (12.00 uur). Tijdens het afvoeren en afscheiden van afvalstoffen is het goed uw lichaam zo verstandig mogelijk te voeden. Eet dan 's ochtends vooral fruit, tot de lunch. Ik zeg *vooral* fruit omdat veel mensen er moeite mee hebben alleen fruit te eten, hoewel dat wel de beste oplossing is. Eet dan elk halfuur, of zo vaak als u wilt, fruit. En drink daar voldoende bij en u zult zien dat u de ochtend prima doorkomt. Doordat fruit licht verteerbaar is, draagt dit patroon eraan bij dat uw afvalverwerking optimaal verloopt.

Van het begin van de middag (12.00 uur) tot in de loop van de avond (20.00 uur) worden voedingsstoffen ingenomen en gebruikt. In die periode kunt u uw lichaam voeden met de stoffen die goed voor u zijn. In de combinaties en hoeveelheden die ik hiervoor heb beschreven.

Vanaf het begin van de avond (20.00 uur) tot het begin van de volgende ochtend (04.00 uur) vindt het verwerkingsproces, de assimilatie, plaats. Omdat dit proces in alle rust plaats moet vinden, gebeurt het 's nachts. Het is verstandig om tijdens de verwerking geen nieuwe voedingsstoffen tot u te nemen. Na negen uur 's avonds is het dus beter om niet meer te eten, zodat u optimaal kunt genieten van de verwerking.

#### Morgen

vers fruit en vruchtensap  
verse groentesap en salades  
gestoomde groenten, rauwe noten en zaden  
granen, brood, aardappelen, peulvruchten  
vlees, kip en gevogelte, vis en melkproducten

#### Avond

### Energie ladder

De volgorde in het kader is de ideale volgorde om voeding te nuttigen. Houd daarbij de eerder gegeven adviezen in uw achterhoofd. Wilt u voeding tijdens de dag zijn werk goed laten doen, doe het dan zo. Als u al deze tips voor voeding en drinken volgt, zult u het gevoel krijgen dat u een nieuwe batterij heeft gekregen. Een kwantum- of supersprong?

### 7.5.2 Stap 2 – Ontdek en ontwikkel uw energie

Bij vitaliteit draait het om energie. Energie kunt u zelf creëren. Energie houdt het hele universum bij elkaar,



energie is licht, warmte, kou en beweging. Tot nu toe dacht men over het algemeen dat voedsel en zuurstof de enige vormen van energie waren die wij konden omzetten in lichaamsenergie.

Vandaar stap 1 van deze zevenstap. Maar u kunt zich ook afvragen: 'Hoe zorg ik ervoor dat er zo min mogelijk energie verloren gaat?' Wat is een efficiënt gebruik van energie?

Er zijn nogal wat energievreters. Welke van de volgende energievreters vreten wel eens aan uw batterijspanning?

- Stress of onderdrukte emoties.
- Negatieve gedachten over uzelf.
- Zorgen over uzelf of over anderen.
- Apathie.
- Depressies.
- Emoties die niet zijn verwerkt.
- Gifstoffen, toxinen zoals alcohol, roken, uitlaatgassen, pesticiden, chemisch voedsel, additieven en andere chemicaliën.
- Slechte combinaties van voedingsmiddelen.
- Koffie, suiker, geraffineerde koolhydraten (wit brood, witte pasta, gebak, aardappelproducten, enzovoort).
- Te weinig water drinken.
- Elektrosmog draadloze apparatuur, electraleidingen.
- Elektromagnetische stressoren zoals computers, GSM-telefoons, fluorescerende lampen, televisies, beeldschermen, enzovoort.
- Niet leven volgens uw waarden en principes.
- Gebrek aan vitaminen, mineralen, enzymen en andere elementen.
- Rovende relaties of vastgelopen relaties.
- Geluidsoverlast.
- Lichamelijke klachten en ziekten.

Welke van deze energievreters zou u nu onmiddellijk willen aanpakken?

1. ....

2. ....

3. ....



Een andere methode om energie op te bouwen en te ontwikkelen is deze op te nemen uit de kosmos. Het blijkt dat we energie kunnen opnemen uit onze omgeving en die kunnen benutten voor onze gezondheid.

In het Verre Oosten zijn ze bijzonder ver met het perfectioneren van de opname van energie uit de omgeving. Veel vechtsporten, ontspanningssporten of meditatiesporten zijn bedoeld om energie uit de kosmos te halen. Ze streven naar een perfecte geest-lichaamconnectie. Wellicht kent u de beelden van de grote Chinese pleinen waar iedereen gracieus en ontspannen zijn oefeningen staat te doen en bewegingen staat te maken. Veel van deze oosterse sporten beginnen steeds bekender te worden in het Westen.

Een van de beproefde technieken is Qi Gong (spreek uit Tji Goeng) en tot de effectiefste vormen hiervan behoort Chi Neng, dat 'potentieel van energie' betekent. Chi Neng leert u energie opnemen uit de aarde, uit de omgeving en het universum, waardoor uw lichaam minder snel slijt en u een betere weerstand tegen stress en ziekten opbouwt. Het verouderingsproces in uw lichaam wordt vertraagd en er treedt zelfs verjonging op. Het gaat steeds makkelijker naarmate u het vaker doet en het brengt uw denken tot rust.

De enorm sterk helende effecten van Chi Neng op ons lichaam zijn onder meer bewezen in het Huaxia Zhineng Qi Gong Kliniek en Training Centrum in Zigachong, China. In dit ziekenhuis met duizenden patiënten per jaar wordt alleen maar Qi Gong Chi Neng gepraktiseerd. Uit een (met westerse methoden verrijkt) onderzoek onder 200.000 patiënten bleek dat het effectiviteitspercentage boven de negentig procent ligt! Toch weer wijsheid uit het Oosten.

U kunt met een meditatie-bewegingsoefening van nog geen twintig minuten al voldoende energie opnemen om uw conditie stap voor stap te vergroten. U kunt zich deze oefening aanleren door enkele keren naar een instructiefilm te kijken. Uw lichaam ontlaadt zich en u krijgt er nieuwe en verse energie voor in de plaats. Chi Neng is dus een 'meditatiesport', waarbij u uw energieniveau en uw vitaliteit enorm vergroot door speciale bewegingen in een specifieke volgorde te perfectioneren.

Een andere methode om uw energieniveau te verbeteren is om uw hoofd leeg te maken. Zoals u net zag in de lijst met energievreters, is het goed om innerlijke rust op te bouwen.

Ga maar eens rustig zitten en probeer het maar eens met deze countdown-oefening.

Zet uw voeten plat op de grond en laat uw armen rustig in uw schoot liggen.

Ontspan uw handen, voeten en hoofd. Laat alle energie wegvloeien uit uw hoofd naar beneden, via uw rug, buik en bekken alle spanning meenemend. Alles ontspannen via uw benen, verder naar beneden via uw knieën. Alle spanning wordt meegenomen. Ontspan uw kuit en uw voeten. Via uw voeten vloeit alle

spanning de grond in. Concentreer u nu op een lichte plek in uw kamer. Blijf uw ogen richten op dat punt. Houd uw focus. Kijk naar dat punt en blijf ernaar kijken.

Merk nu zes verschillende dingen op die u in de kamer kunt zien. Blijf recht vooruit kijken naar dat ene punt en zoek alleen de zes verschillende dingen op die u kunt zien in uw gezichtsveld. Kijk ook eens aan de rand van uw gezichtsveld en merk ze een voor een op.

Als u ze alle zes gezien hebt, merk dan zes verschillende dingen op die u kunt horen in de kamer. Houd uw ogen gericht op het lichtpunt en luister naar de zes verschillende geluiden.

Wanneer u de zes verschillende geluiden gehoord hebt, merk dan zes verschillende dingen op die u kunt voelen. Waar voelt u ze en wat voelt u dan? Zoek ze alle zes op.

Wanneer u zes verschillende dingen gevoeld hebt, blijft u geconcentreerd kijken naar het lichtpunt.

Merk nu vijf verschillende dingen op die u kunt zien, ga op zoek naar vijf verschillende dingen. Ga daarna op zoek naar vijf verschillende dingen die u kunt horen. Als u vijf dingen gehoord hebt, gaat u dan eens vijf verschillende dingen voelen.

U merkt nu vier dingen op. Blijf uw ogen richten op het lichtpunt en zie vier verschillende dingen, hoor vier verschillende dingen en voel vier verschillende dingen.

Doe het vervolgens met drie verschillende dingen die u ziet, hoort en voelt.

Dan twee dingen die u ziet, hoort en voelt.

En dan één ding dat u ziet, hoort en voelt.

En schoon is uw brein!

En? Wat merkt u? Kijk eens rustig rond, merkt u de verschillen?

Als u deze oefening doet telkens als u gespannen bent of behoefte heeft aan wat rust, kunt u zichzelf trainen in het creëren van ontspanning en rust.

Met de oefening stopt u te denken, want denken dat u meer rust heeft is hetzelfde als proberen uzelf aan uw haren uit een moeras omhoog te trekken. Cruciaal bij ontspanning is om het denken te stoppen en daarvoor in de plaats ruimte te creëren. Zo bereikt u meer in minder tijd.

Waar het om gaat is dat u stilte durft in te bouwen en ontdekt wat de stilte voor u in petto heeft. Hoe groter de stilte, hoe groter de kracht, hoe sterker uw gestel en hoe meer ruimte voor ideeën en creativiteit.

Dit gegeven vertoont parallellen met het eerder beschreven loslaten en vertrouwen. Naarmate u meer ruimte geeft aan stilte, verschijnen er meer 'verrassingen' en bijzonderheden. Vertrouw uzelf en ontlast uw lichaam.

Er zijn ook nog enkele 'quick wins' om u snel te ontspannen en daardoor uw alertheid te vergroten. Kijk maar welke u kunt gebruiken.

- Multisensorisch eten. U neemt bijvoorbeeld een appel en proeft wat voor smaak die heeft. U kijkt naar de kleuren, het vruchtvlees, de structuur, de vorm, de verhoudingen van de appel. U neemt een hap, u luistert naar het geluid van uw kauwen, u proeft, u kijkt, u luistert, enzovoort. U gaat volledig op in het

moment. Dit kan ook met ander fruit, dat snapt u.

- Boswandeling. Wandel dagelijks een halfuur in het bos en laat de energie van de natuur zijn werk doen. Ga ter afwisseling eens in het gras liggen.
- Ademhaling tellen. Adem in via uw buik en langzaam via uw mond weer uit. En tel, adem in, één, en adem uit via uw mond. Adem in, twee en via uw mond uit. En blijf dit zo lang mogelijk doen. Zodra u de tel kwijt bent, begint u opnieuw. Probeer zo uw telvermogen ademend te vergroten.
- Natuurmuziek. Ook werkt het goed om naar natuurmuziek, New Age-muziek of ontspanningsmuziek te luisteren. Neem die muziek die voor u sfeervol is en die u meeneemt naar verre oorden. Zet uw koptelefoon op, programmeer de cd en geniet een halfuur lang van een reis zonder reisbureau.
- Innerlijke reizen. Regelmatig mediteren is ook een prima methode. Gebruik daarvoor bijvoorbeeld geleide meditatie zoals die van Luuc Christiaanse: *Een prettige vlucht*, *Een ontspannen wereld* van Tineke de Nooij of *Brain Sessions* van Ad Visser. Er zijn voldoende mogelijkheden om op ontdekkingsreis te gaan in uzelf. Kijk achter in dit boek voor meer alternatieven.

Hoe groter de inspanning, hoe belangrijker de ontspanning. Vitaliteit heeft dus ook veel te maken met ontspanning, afstand nemen en ruimte geven.

### 7.5.3 Stap 3 – Beweeg

Wat zou u ervoor overhebben om morgen een pil te hebben waardoor u tot op hoge leeftijd fit en flexibel kunt blijven? Tot ver in de honderd over een enorme conditie kunt beschikken en met alle jonge mensen mee kunt doen met sport en conditietraining? Veel mensen zouden daar een fortuin voor overhebben, denk

ik. Ik moet u teleurstellen, die pil bestaat nog niet en die zal ook nog wel even op zich laten wachten. Maar er is wel iets anders wat hetzelfde resultaat geeft, het vraagt alleen iets meer inspanning. Het heet lichaamsbeweging.

Beweging is essentieel, want zoals u weet: rust roest. Hoe ouder we worden, hoe meer beweging we nodig hebben om het hele systeem soepel en vitaal te houden. Daarom is het goed in uw leven een soort cyclus te creëren die ervoor zorgt dat u afwisseling hebt in inspanning en ontspanning. En natuurlijk kunt u zich op verschillende manieren inspannen. Wanneer u alleen maar werkt, heeft u geen afwisseling. Alleen maar ontspannen houdt ook geen afwisseling in. De kunst is om uw systeem een harmonieus samenspel te laten zijn van inspanning en ontspanning.

Het is verstandig om zoveel mogelijk variatie in bewegen aan te brengen. Dat houdt het leuk, luchtig en daardoor stimuleert u ook de verschillende onderdelen van uw lichaam. U kunt gaan hardlopen, fietsen, traplopen, aan aerobics doen, tennissen, squashen, touwtjespringen, kniebuigingen maken, trampolinespringen, vult u het maar in. Het is de kunst om dat te doen wat u leuk vindt en wat u elke dag een halfuur kunt doen. Zet als het kan uw lichaam een halfuur per dag echt aan het werk. Dat wil zeggen dat u zweetdruppels op uw lijf voelt en dat u uw hart voelt werken. Maak er een routine van. Zet desnoods uw wekker een halfuur eerder. Trek uw trainingspak aan en trek erop uit. U zult de dag absoluut anders ervaren als u dit een paar weken achter elkaar hebt gedaan. Het is de ideale methode om uw lichaam fit en sterk te houden. Want u weet het: een gezond lichaam geeft een gezonde geest. De kans bestaat dat u zegt dat u er geen tijd voor hebt. Maar bij

dit advies geldt hetzelfde als bij het voedingsadvies om wat te minderen: wilt u kort en hevig of wilt u lang en goed?

#### 7.5.4 Stap 4 – Ontgift uw lichaam

Volgens sommige wetenschappers worden we per jaar aan meer dan zestigduizend soorten chemicaliën blootgesteld. Doorgaans gebeurt dat in zulke minuscule hoeveelheden dat het volgens diezelfde wetenschappers niet schadelijk is. Maar dat is ook precies het probleem. Elke kleine stap mag op zich niet funest zijn, al die hoeveelheden bij elkaar leveren wel een smerig mengsel op van verschillende chemische stoffen. En als u daar jarenlang, dag in, dag uit, aan wordt blootgesteld, dan bouwt u een 'giflening' op die u op een gegeven moment niet meer kunt afbetalen. Vroeg of laat leidt dit tot problemen.

Kijk eens naar dit lijstje van toxinen. Welke ontmoet u regelmatig:

- Stress.
- Emotionele factoren.
- Elektromagnetische straling veroorzaakt door beeldbuizen, computers, televisie, mobiele telefoons, draadloze telefoons, enzovoort.
- Uitlaatgassen.
- Chemische medicijnen.
- Chemische afwasmiddelen.
- Chemische wasmiddelen.
- Chemische huishoudelijke artikelen.
- Chemische cosmetica.
- Kleur- en smaakstoffen.
- Emulgatoren.
- Alcohol.
- Smaakversterkers.
- Conserveringsmiddelen.

- Pesticiden.
- Chemische shampoos.
- Chemische zeep.
- Kwikkvullingen (amalgam).
- Talkpoeder met zware metalen.
- Chemische reinigingsmiddelen voor kleding en tapijten.
- Reststoffen uit plastic flessen of aluminium blikjes.
- Eten in plastic verpakking.

U kunt zich voorstellen dat de lening op een bepaald moment te hoog wordt. En als u daarbij rookt, dagelijks alcohol drinkt, uw voeding nog niet in balans heeft en weinig beweegt, dan gaat het nog wat sneller. U mag dan eerder bij de Energiebank komen praten met de directeur over uw lening.

Concentreer u dus op de zaken die uw lichaam fris houden en maak uw lichaam regelmatig schoon. Hiervoor zijn verschillende doeltreffende manieren.

Allereerst noem ik kruiden, de beste apotheek sinds mensenheugenis. Er zijn perfecte kruidenmelanges die de lever en de nieren aanzetten om gifstoffen uit te scheiden, zoals chelidonium, juniperus en solidago. Vraag in een reformwinkel of gespecialiseerde theewinkel naar speciale theesoorten om uw lichaam te ontgiften.

Vasten is een andere beproefde methode. Een dag lang alleen maar drinken (water, kruidenthee en verse vruchtensap) reinigt uw hele spijsverteringsstelsel grondig en effectief. Savvasten kunt u ook met speciaal naar hoeveelheid en soort samengestelde groentesappen, die u in een reformwinkel kant-en-klaar koopt. Diverse kuuroorden bieden zelfs speciale kuurarrangementen aan. Wat dacht u ervan om een paar dagen met

uw partner in een kuuroord door te brengen om uw innerlijk en uiterlijk schoon te maken?

Massage helpt ook goed om te ontgiften. Een voetreflexmassage of een volledige lichaamsmassage geeft een enorm ontspannen gevoel. U mag ervan genieten, het is een beloning die u uzelf gunt. U zult na afloop merken dat u vaker moet plassen, een teken dat de massage afvalstoffen afdrijft. Bovendien helpt een dergelijke behandeling om stress te verminderen.

Daarnaast zijn sauna, stoom- en kruidenbaden ook prima methoden om uw lichaam te reinigen. Neem u eens voor om uzelf minimaal één keer per maand te verwennen met een massage of sauna voor alle inspanningen die u heeft geleverd om supervitaal te worden. En als u het zich kunt permitteren, doet u het dan vooral vaker. Stel die stap niet te lang uit, want hoe eerder u die zet, hoe meer energie u eruit haalt.

### 7.5.5 Stap 5 – Neem extra's

De wetenschap is tot de conclusie gekomen dat aan veel ziekten één gemeenschappelijke factor ten grondslag ligt: vrije radicalen. Dat zijn chemisch zeer actieve stoffen, die kettingreacties veroorzaken in levende cellen en ze ernstig kunnen beschadigen. Het zijn vrije en incomplete moleculen, die elektronen 'stelen' van andere verbindingen die daardoor instabiel worden. Voilà de kettingreactie.

Door vrije radicalen kan een eiwitmolecuul dat op zich gezond voor u is, zelfs vernietigd worden. En door de kettingreactie kunnen er nog meer vrije radicalen vrijkomen, waardoor de schade groter en groter wordt. Uiteindelijk kunnen chromosomen of DNA, de meest essentiële informatie in uw cellen, beschadigd raken.

Wanneer we ons blootstellen aan chemische stoffen neemt het aantal vrije radicalen toe. Daardoor neemt ons vermogen om zelf antistoffen te produceren af, en gaat er energie verloren met het bestrijden en neutraliseren van de chemicaliën. Bovendien groeien de groenten en fruit die we tegenwoordig krijgen op minder rijke bodem dan voorheen, waardoor ze minder van de belangrijkste mineralen en sporenelementen bevatten.

Veel mensen hebben, zonder dat ze het weten, een overmaat aan schimmels in hun darmen. Dit kan onder meer het gevolg zijn van ineffectieve voedselcombinaties of onvoldoende kauwen. Veel van die schimmels gebruiken nuttige vitamines en mineralen om zelf te leven. Het kost u energie om de schimmels levend te houden en om ze kwijt te raken. Zou u uw vitamines- en mineralenhuishouding goed op orde willen hebben, dan is het goed om regelmatig supplementen te nemen. Denk aan algemene multivitamines, algemene mineralen en sporenelementen en minstens twee- tot drieduizend milligram vitamine C per dag. Zij verhogen de weerstand en vergroten de werking van anti-oxidanten. Mannen zouden extra zink kunnen slikken, onder andere tegen stress en voor de prostaat, en vrouwen ijzer.

Ga ook eens in gesprek met een orthomoleculair therapeut of een apotheker die op dat vlak onderlegd is. U kunt beter nu uw reserves aan vitamines en mineralen opbouwen dan later te moeten constateren dat u op dit punt tekorten heeft.

### 7.5.6 Stap 6 – Geestelijke ontwikkeling

Zoals eerder gezegd: een gezond lichaam is een beter thuis voor een gezonde geest. Maar ook: een gezonde geest creëert een gezond lichaam. Het is een wederzijds versterkend proces. Een soort yin en yang-proces, een

tweeling die alleen maar samen bestaat. Zorg er dus voor dat uw geestelijke ontwikkeling en intellectuele ontwikkeling op eenzelfde peil staan als uw fysieke ontwikkeling. Doe eens wat aan spiritualiteit of filosofie. Wat dacht u van de volgende stelling: 'Alles is energie en alles is één.' Wij maken deel uit van een allesomvattend universum. Wij zijn het universum. Vindt u dit zweverig of kunt u zich er een voorstelling van maken?

Ik kom zelf uit een gezin waarin zweverigheid niet bestond. De voeten op de aarde was een van de belangrijkste credo's. En sinds ik de verbinding compleet heb gemaakt vanuit mijn aardse bestaan naar mijn geest, is de balans sterker dan hij ooit was. Iedereen heeft een unieke kern als hij of zij geboren wordt.

Ieder mens is uniek en heeft zijn eigen boodschap bij zich. In de loop der jaren wordt ons door vaders, moeders, broers, zussen, vrienden, kennissen, school en op het werk geleerd ons aan te passen aan de verwachtingen en denkbelden van anderen. Daarna – en dat is dus nú – is het de kunst om uw geestelijke ontwikkeling een dusdanige vorm te laten aannemen dat u de combinatie maakt tussen wat u heeft aangeleerd en wat u in wezen bent.

De natuur is een directe afspiegeling van wat er bij uzelf gebeurt. Wat u meemaakt en bent, ziet u terug in uw omgeving. Maak eens contact met de natuur, met de bomen, planten en dieren en geniet ervan. Vogels, wolken, lucht, zee, strand, water. En sta open voor spiritualiteit. Geef haar de kans om te rijpen. Uw spiritualiteit zal zich vooral ontwikkelen als u haar de kans geeft om een plaats in uw bestaan te vinden.

Speel eens met alle spirituele mogelijkheden die u

kent. Lees boeken om u geestelijk te voeden. Deepak Chopra, Neale Donald Walsch, James Redfield en nog veel meer auteurs beschrijven het totale leven als combinatie van geest, lichaam en ziel. Walsch schreef *De trilogie van de gesprekken met God* waarin hij zijn gesprekken met God beschrijft. Op een heel praktische en aardse manier legt hij geestelijke vraagstukken voor aan God, en u leest de antwoorden. Maar ook de bijbel blijft een fenomenaal inspirerend boek. Kortom, vraag u eens af waar u spirituele voeding vandaan kunt halen.

Ook in de kwantumfysica zijn bewijzen gevormd dat alles energie is en dat alles één is:  $E = mc^2$ . Einstein was de belangrijkste grondlegger van de quantummechanica. Als u de autobiografie van Einstein erop na zou slaan, zou u zien dat hij een bijzonder spirituele wetenschapper was, ook al lijkt dat een tegenstelling. Als u zich openstelt om u te verbinden met de kosmos, en uw lichaam als een universeel instrument ziet, zal dat uw vitaliteit ten goede komen. Spiritualiteit heeft eigenlijk alles te maken met ontwikkeling: letterlijk de wikkels eraf halen en naar uw kern gaan. Dat is altijd een prettige reis.

### 7.5.7 Stap 7 – Werk aan uzelf

De laatste stap die u kunt nemen om supervitaal te worden, is studeren. En daarvoor hoeft u niet direct naar de universiteit. U kunt ook boeken over vitaliteit bestuderen, de boeken van Roy Martina bijvoorbeeld: *Vitaal verkopen*, *Supervitaal* en *Je bent een kampioen*. Maar ook *Het grote boek van de rust* van Paul Wilson of de bestseller van Anthony Robbins *Je ongekende vermogens* zullen u verder begeleiden op weg naar supervitaliteit. In de bijlage onder Extra informatie staan nog meer alternatieven.

Ook de buddy kan u hierbij helpen. Vind een coach en spreek die regelmatig. Ga een aantal keer per jaar naar workshops, opleidingen en lezingen en prikkel uzelf. Blijf schrijven in uw dagboek en concentreer u op uzelf en de vraag hoe u zo snel mogelijk zo sterk mogelijk wordt.

*Hurry home to year hart*

*Hurry home to the voice*

*There are times for inner changes*

*Be ready for the choice*

**Jon Anderson in *Hurry Home*** (Warner Chappel)

U kunt daar nu mee beginnen. Schrijf nu eens minstens vijftig redenen op waarom het belangrijk is dat u supervitaal wordt. Bijvoorbeeld: Als ik supervitaal ben voel ik me opgeruimder, heb ik meer zelfvertrouwen, heb ik meer rust, ben ik sterker, kan ik langer werken, is dat goed voor mijn lichaam, is dat goed voor mijn hart, krijg ik een betere houding, werk ik inspirerend voor anderen, waardeert mijn partner me meer, voel ik me overdag helderder, ben ik creatiever, slaap ik beter, heb ik een beter gewicht, geeft me dat een fantastisch gevoel, kan ik laten zien wat ik allemaal kan, krijg ik een betere conditie, enzovoort. En dit zijn slechts voorbeelden van wat u allemaal met vitaliteit kunt bereiken.

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....
6. ....

HART SELLING TOOLS

- 7. ....
- 8. ....
- 9. ....
- 10. ....
- 11. ....
- 12. ....
- 13. ....
- 14. ....
- 15. ....
- 16. ....
- 17. ....
- 18. ....
- 19. ....
- 20. ....
- 21. ....
- 22. ....
- 23. ....
- 24. ....
- 25. ....
- 26. ....
- 27. ....
- 28. ....
- 29. ....
- 30. ....
- 31. ....
- 32. ....
- 33. ....
- 34. ....
- 35. ....

- 36. ....
- 37. ....
- 38. ....
- 39. ....
- 40. ....
- 41. ....
- 42. ....
- 43. ....
- 44. ....
- 45. ....
- 46. ....
- 47. ....
- 48. ....
- 49. ....
- 50. ....

Schrijf ook eens op wat er zal gebeuren wanneer u niet verandert. Zet uw negatieve pet op, uw donkere bril en kijk wat de gevolgen zijn als u door blijft gaan op de weg die u nu bewandelt.

En kijk dan naar de consequenties op emotioneel, sociaal, privé, zakelijk, materieel, spiritueel, cultureel en fysiek gebied. Bekijk het dus breed. Wanneer iemand niet verandert kan dat leiden tot echtscheiding, ruzie, ziekte, ziekenhuisopname, depressie, slechte invloed op een relatie, een slecht voorbeeld voor de kinderen, minder energie, sneller vermoeid, gevoelens van mislukking, minder kwaliteit van leven, angst, verdriet, teleurstelling, pijn, ongemak, lusteloosheid, hetzelfde doen als al die andere saaie mensen, de zin van het leven niet meer zien, zorgen, stress, medicijnen, enzo-



voort. Graaf zo diep mogelijk. Beschouw uzelf over die perioden die gevraagd zijn. Hoe meer pijn u ziet door uw gedrag, hoe beter het is in deze fase, voor deze oefening.

Als ik blijf doen wat ik nu doe, dan:

**Zal ik over 1 jaar**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**Zal ik over 3 jaar**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**Zal ik over 5 jaar**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**Zal ik over 10 jaar**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....



En dan tot slot: zet uw roze bril op en bestudeer wat er met uw leven in positieve zin zou gebeuren als u nu zou veranderen. Wat zou u voelen, merken, zijn over één jaar? Over drie jaar? Over vijf jaar? Over tien jaar? Wat zouden de consequenties zijn op de acht levensgebieden zakelijk, materieel, emotioneel, sociaal, privé, spiritueel, fysiek en cultureel? Staat u er gewoon weer eens bij stil. Soms is het goed om stil te staan om daarna verder te gaan.

Als ik wel verander, dan

**Zal ik over 1 jaar**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**Zal ik over 3 jaar**

.....

.....

.....

.....

.....

**Zal ik over 5 jaar**

.....

.....

.....

.....

.....

**Zal ik over 10 jaar**

.....

.....

.....

.....

.....

Uw lichaam is op de keper beschouwd het belangrijkste vehikel in dit leven. Ik heb ervoor gekozen om mijn lichaam perfect te voeden, schoon te houden en te onderhouden. Maar naast lichamelijk welzijn is emotioneel welzijn ook bijzonder belangrijk.

## 7.6 Emotioneel evenwicht

Uw vitaliteit wordt gestuurd en gestimuleerd door uw voeding in brede zin. Tot de voeding behoort niet alleen het eten, maar ook de voeding vanuit uw innerlijk.

Zo voeden emoties u ook. Als u zich goed voelt, kunt u de hele wereld aan. Zo'n ervaring heeft u vast wel eens gehad. Goede emoties geven dus blijkbaar goede energie. De kunst is dan ook de emoties die u heeft, zo gericht en krachtig mogelijk te maken, zodat u zichzelf steeds evenwichtiger en sterker voelt. 'Emotioneel evenwicht' is een nieuwe methode, gebaseerd op eeuwenoude wijsheid, waarmee u dat evenwicht kunt beperken. Ze is ontwikkeld door Roy Martina en is een ijzersterke oplossing voor een evenwichtig gevoelsleven.

### 7.6.1 De oorsprong en achtergrond

Dat de wijzen uit het Oosten komen, geldt in dit geval absoluut. De medische wetenschap in het Verre Oosten is namelijk al vele eeuwen ouder dan onze westerse medische wetenschap. Er zijn zelfs geschriften en teksten bekend van meer dan vijfduizend jaar geleden, waaruit blijkt dat er in die tijd in het Oosten al een hoogstaande medische wetenschap was. Dat was ruim voordat Hippocrates het Westen verblijdde met zijn medische wijsheid.

Uit hetzelfde Verre Oosten komt onder andere de acupunctuur. Die acupunctuur is gebaseerd op een aantal elementen die cruciaal zijn wilt u de oosterse helingsmethoden begrijpen. In China onder andere gaat men er namelijk niet van uit dat u genezen moet worden, maar dat u zich beter kunt helen, heel maken. Uw natuurlijke basis, zo stelt men, is altijd al heel geweest, maar door gedrag, gedachten, situaties en personen wordt u uit balans gebracht, waardoor u niet meer heel bent. Daardoor krijgt u last van kwalen, ziekten en verstoorde lichaamsfuncties. De essentie van de oosterse wetenschap is dat zij ervan uitgaat dat er een onlosmakelijk verband is tussen lichaam en geest. Als een soort yin en yang hebben ze elkaar nodig. Het lichaam kan

niet zonder een geest en een geest kan niet zonder het lichaam.



Het andere uitgangspunt van emotioneel evenwicht is dat alles energie is. Alles wat u ziet bewegen, alles wat u kunt voelen en alles wat u ervaart, is gebaseerd op energie.  $E = mc^2$ , de wereldberoemde formule van Einstein, is gebaseerd op het feit dat alles energie is.

In de acupunctuur is dat feit verder doordacht en onderzocht, en inmiddels is bewezen dat een goede energiehuishouding direct gevolgen heeft voor uw gezondheid. In de acupunctuur gaat men ervan uit dat energie in verschillende trillingsvormen bestaat en zo in het lichaam voorkomt. Vergelijk het met licht. Ogenscheinlijk heeft licht geen kleur. Maar als u het gaat onderzoeken, zult u versteld staan van de verschillende kleuren en ziet u uiteindelijk het hele spectrum zoals we dat kennen onder andere van de regenboog. Zo is het ook met energie. Er is koude en warme energie, in de acupunctuur yin en yang genoemd. Ze zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden en afhankelijk van elkaar. Waar de één is, is de ander.

Yin en yang horen met elkaar in evenwicht te zijn. Als één van de twee overheerst, krijgen we klachten. Overheerst bijvoorbeeld warme energie (yang), dan ontstaan klachten zoals een rood hoofd, zweten, hoge bloeddruk, ontstekingen. Overheerst koude energie (yin), dan krijgen we koude voeten, worden we bleek, duizelig, krijgen lage bloeddruk, een laag bloedsuikergehalte, enzovoort. Het is de kunst om de energie in balans te

brenge, zodat u de energie bij wijze van spreken onbelemmerd voelt stromen.

Dat stromen staat heel centraal in de acupunctuurwetenschap. In ons lichaam blijkt door speciale kanalen, zogenaamde meridianen, energie te stromen. Deze meridianen lopen door uw hele lichaam en zijn kanalen van energie die op meer dan driehonderdvijftig punten in uw lichaam herkenbaar en voelbaar zijn. Een acupuncturist werkt met dit gegeven. Om westerse artsen ervan te overtuigen dat acupunctuur werkt, zijn er zelfs openhartoperaties geweest waarbij de verdoving alleen maar met acupunctuurnaalden geschiedde.

U kunt het zelf ook ontdekken. Voel maar eens aan het einde van uw wenkbrauwen, waar uw neus naar uw voorhoofd gaat, en drukt u daar maar eens stevig op en beweegt u die plekken eens voorzichtig met twee vingers, alsof u die aan het masseren bent. Wat voelt u dan? Is dat ontspannen? Of als u duwt, geeft dat dan een pijnlijk gevoel? Datzelfde kunt u doen, net onder uw pupillen, als u recht vooruit kijkt, op het randje van uw oogkas, tussen het harde en het zachte gedeelte. Als u daar met twee vingers voorzichtig masseert en toch enige druk uitoefent, wat voelt u daar dan? Is het in evenwicht of voelt u een gevoelig plekje? Dit zijn voorbeelden van twee van de meridianen die corresponderen met bepaalde organen.

In de acupunctuur heeft men vastgesteld dat er een relatie is tussen de energiehuishouding in een orgaan en de emoties die daarbij horen. In onze taal onderschrijven enkele uitdrukkingen deze opvatting. Wat dacht u van: 'Dat ligt zwaar op de maag', 'Ik wil eerst even mijn gal spuwen', 'Dat is niet te verteren', 'Dat kan ik niet verkroppen', 'Wat heb je op je lever?', enzovoort. Al deze

uitspraken corresponderen met dezelfde essentie van de acupunctuur. Een orgaan heeft een directe relatie met een emotie. De relatie tussen de organen en de emoties is in het Oosten uitgebreid bestudeerd en gedetailleerd in kaart gebracht.

Voorbeelden van emoties die bij het hart horen zijn: zich verlaten voelen, gekwetst worden. Denk daarbij aan uitspraken als: 'Dat doet hartstikke pijn' en 'Hartzeer hebben'. Laat ik de blaas ook als voorbeeld noemen. Die is direct verbonden met onzekerheid en besluiteloosheid. Voor heel wat mensen – en misschien ook wel voor u zelf – geldt: op het moment dat zij iets spannends moeten doen, gaan zij eerst even naar het toilet. Dat is een teken van onzekerheid. En zo zijn alle organen verbonden aan emoties.

### 7.6.2 Emotioneel evenwicht, de methode

Zoals zo vaak in de geschiedenis worden bijzondere ontdekkingen gedaan bij toeval. Zo ontdekte de Amerikaanse psycholoog Roger Callahan het volgende. Hij behandelde Mary die last had van een sterke waterrees. Ze kon nog niet aan een glas water denken of ze werd al angstig. Na achttien maanden therapie was ze nog niet veel verder. Op een dag viel het Callahan op dat Mary haar angst steeds in haar maagstreek voelde. En aangezien er een meridiaanpunt vlak onder het oog ligt dat correspondeert met het maaggebied, vroeg hij Mary om ritmisch met haar vingertoppen op dat gebied te kloppen. Verbaasd en enthousiast tegelijk vertelde Mary dat ze de angst weg voelde vloeien. Ze ging naar het zwembad en begon water over haar gezicht te spatten. De behandeling werd voortgezet en uiteindelijk verdween de fobie waar ze al haar leven lang last van had. Callahan begon toen het effect van andere meridiaanpunten te testen voor het oplossen van verschillen-

de soorten emotionele problemen. En hij had telkens goede resultaten.

Mede op basis van deze wetenschap en deze ervaring ontwikkelde Roy Martina de methode verder tot *emotioneel evenwicht*. De essentie van deze methode is dat je door de betreffende meridiaanpunten op het lichaam te behandelen, de bijpassende emoties kunt behandelen en in balans kunt brengen. In feite brengt u de organen in balans via de meridiaanpunten met als doelstelling de emoties te balanceren. Dit is de essentie van emotioneel evenwicht en het bewijs van de werking tussen geest en lichaam.

*Overzicht van de belangrijkste organen en functies, en emoties*

Orgaan	Giftige emotie
Hart	Vergiffenis, gekwetst zijn, zich verlaten voelen
Dunne darm	Eenzaamheid, emotionele instabiliteit
Blaas	Onzekerheid, besluiteloosheid, onveiligheid
Nier	Angst, wantrouwen, achterdocht
Galblaas	Frustratie, ergernis, bitterheid
Lever	Boosheid, onderdrukte woede, jaloezie, wraakzucht
Long	Verdriet, droefheid, verlies
Dikke darm	Rigiditeit, starheid, perfectionisme
Maag	Zorgen, bezorgdheid, afkeer
Milt, alvleesklier	Gebrek aan zelfvertrouwen, gebrek aan eigenwaarde, afhankelijkheid van anderen
Kringloop	Onderdrukte seksualiteit

Daarnaast heeft de acupunctuur nog drie functies in het lichaam vastgesteld die niet corresponderen met 'westerse' organen. Ze hebben exotische namen als de 'drievoudige verwarmers', het 'gouverneursvat' en het

'conceptievat'. Deze specifieke punten op het lichaam corresponderen met het neuro-endocriene en het immuunsysteem.

Drievoudige verwarmer	Neurologische instabiliteit en zwaarmoedigheid
Conceptievat	Onderdrukte emoties, niet durven voelen, spijt, vernederd zijn, schaamte
Gouverneursvat	Algemene stress, kringloop, onderdrukte seksualiteit, onderdrukte mannelijkheid of vrouwelijkheid

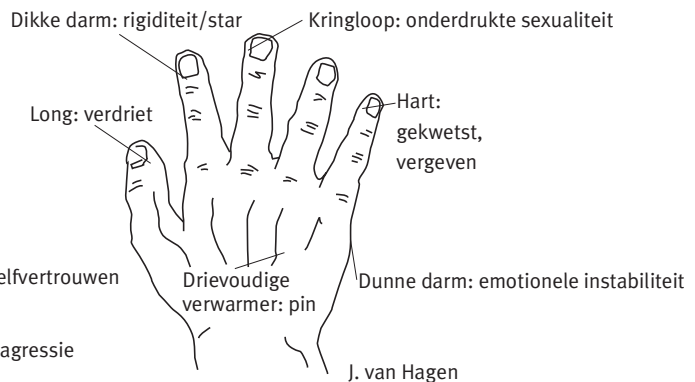
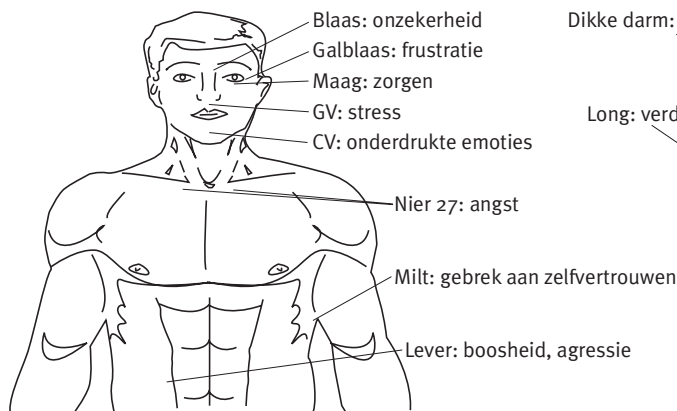
De werking van Emotioneel evenwicht is wetenschappelijk gezien volgens onze westerse methoden nog niet bewezen. Nadat ik de opleiding had gevolgd bij Roy Martina, ging ik daarom met de nodige scepsis met de methode aan de slag. Tim, ons jongste zoontje, had een enerverende start gehad bij zijn geboorte, had alle ziekenhuizen in de buurt gezien, en had een paar maanden op de baby intensive care gelegen. Hij had problemen met zijn ontlasting: hij wilde maar niet poepen. En al een aantal dagen achter elkaar bleek dat de druk op zijn

darmen steeds groter werd, zo groot dat melk weer terugkwam omdat zijn systeem helemaal vol zat, en toch wilde hij maar geen ontlasting geven.

Aangezien ik toch wel vertrouwen had in de methode, ging ik hem bij mijn zoontje uitproberen. Ik achterhaalde welke emoties welke punten blokkeerden. Uiteindelijk behandelde ik hem en binnen een halfuur tijd was zijn luier propvol. Meer bewijs had ik niet nodig. Daarna heb ik regelmatig bewijzen gezien dat Emotioneel evenwicht een fantastische methode is om emoties te behandelen en evenwicht te herstellen.

### 7.6.3 Hoe werkt de methode van Emotioneel evenwicht?

Alle punten van emotioneel evenwicht (EE), de zogenaamde EE-punten, kunt u terugvinden in het schema hierna. Het gaat er niet zozeer om dat u de exacte locaties stimuleert, het gaat er vooral om dat u de richting kent en, nog belangrijker, dat u de intentie heeft om



De EE-punten op het lichaam

evenwicht te herstellen. U kunt Emotioneel evenwicht op allerlei manieren gebruiken, er zijn zelfs uitgebreide EE-protocollen en werkwijzen.

Wilt u de details kennen, lees dan het boek *Emotioneel evenwicht* van Roy Martina of volg een van de workshops bij hem. Wilt u er snel zelf mee aan de slag en ontdekken hoe het voor u werkt, ga dan als volgt te werk.

Bestudeer de veertien EE-punten op uw lichaam en handen. Lees welke emoties bij de betreffende EE-punten staan vermeld. Masseer vervolgens de punten een voor een terwijl u rustig in- en uitademt.

Wilt u het helemaal goed doen, dan kunt u het masseren ondersteunen met krachtige en versterkende uitspraken. En tegelijkertijd neemt u afscheid van de giftige emoties. U spreekt het volgende uit:

- 'Ik houd van mezelf en accepteer mezelf met (*dit gevoel*) tot op mijn allerdiepste niveau en vanaf de allereerste keer dat ik dit gevoeld heb.'
- Adem diep in en uit.
- 'Ik laat dit gevoel nu los, helemaal en voor altijd, en vervang het door (*positieve emotie*).'

De volledige lijst vindt u op bladzijde 169 uitgewerkt.

Laten we een specifieke emotie als voorbeeld nemen. Stel, u bent bang om een presentatie te geven aan een van uw klanten en u voelt die angst opkomen. U merkt dat u onzeker wordt en dat dit het succes van de presentatie in de weg staat. Dan gaat u naar het EE-punt dat bij deze emotie hoort, het sleutelbeen, dat in verbinding staat met de nieren. Met twee vingers van één hand, de duim en de middelvinger, gaat u net onder de sleutelbeenderen de angstpunten masseren zoals u dat

hiervoor gedaan heeft. Terwijl u deze masseert zegt u: 'Ik houd van mezelf en accepteer mezelf met al mijn angst, tot op mijn allerdiepste niveau en vanaf de allereerste keer dat ik dit gevoeld heb.' Dan haalt u diep adem en blaast u uit via uw mond. U blijft ondertussen lekker door masseren. Ten slotte zegt u: 'Ik laat deze angst nu los, helemaal en voor altijd, en ik vervang hem door liefde en zelfvertrouwen.' U ademt weer in en u ademt de liefde en het zelfvertrouwen weer in, en u ademt weer uit. Daarmee zult u voelen dat de angst afgenomen is. Dit blijft u net zo lang herhalen tot u voelt dat de angst volledig weg is.

Dit kunt u voor elke emotie doen, waar u maar bent. Dit is de reactieve manier om een giftige emotie te behandelen. U kunt ook op een actieve wijze gebruikmaken van de veertien EE-punten. Bijvoorbeeld door dagelijks te beginnen met emotionele training. 's Ochtends staat u tien minuten eerder op en masseert u de EE-punten vanaf de blaas tot aan de drievoudige verwarmmer. Dus begin bij uw wenkbrauwen en eindig bij uw handen.

Op uw lichaam, bij uw wenkbrauwen, naast uw ogen en op uw kin, enzovoort, kunt u met één vinger het betreffende punt masseren.

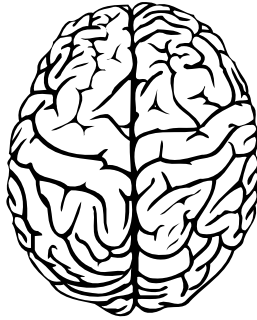
Het miltpunt zit recht onder uw oksel op de plaats waar bij vrouwen het bh-bandje naar de rug toe loopt.

Het levermeridiaanpunt zit recht onder de tepel aan de rechterkant van uw lichaam op de overgang van uw ribbenkast naar uw buikholte op de onderste zwevende ribben.

U stimuleert de meridiaan op de handen door de twee

**De functies van de beide hersenhelften**

Linkerhelft:  
 rationeel, concreet, taalregels,  
 definities, gedetailleerde voorstellingen,  
 het bewuste, logisch, mathematisch,  
 lineair, verbaal, gecontroleerd,  
 sequentieel, actief, openheid,  
 dominerend, intellectueel, analyseren,  
 ordenen, lezen, schrijven, benoemen,  
 namen herinneren



Rechterhelft:  
 emotioneel, beelden, lichaamstaal,  
 vooruitzien, complexe voorstellingen,  
 het onderbewuste, figuratief,  
 symbolisch, intuïtief, creatief,  
 muzikaal, emotioneel, springerig,  
 opbouwend, dromerig, gelijktijdig,  
 divergerend, gezichten, herinneren

Uit: *Sterk door gevoel*, Stefan Konrad, Bosch & Keuning, 1999

handen tegen elkaar te bewegen alsof u, bijvoorbeeld voor de duimen, aan het drummen bent. Tegelijkertijd slaat u voorzichtig en ritmisch de duimen tegen elkaar zodat de punten geactiveerd worden door de andere duim die telkens dat punt raakt. Dat kunt u met de vingers op dezelfde manier doen. Het dunnedarpunt ligt bij een gebalde vuist aan het einde van de grootste vouw in de handpalm op het punt waar de rode en witte huid bij elkaar komen. Het is het kleine puntje dat uitsteekt. U activeert het dunnedarpunt door met uw gebalde vuist op uw geopende hand te slaan. U slaat drie keer met uw linkervuist op de geopende rechterhand en daarna drie keer met uw rechtervuist op de geopende linkerhand, dan weer linkervuist en rechterhand, enzovoort.

Activeer de punten elke dag, zo vaak als u kunt, het liefst meer dan één keer, en spreek tegelijkertijd de affirmaties uit. Dit geeft u absoluut een evenwichtig gevoel. U begint bij de blaas en eindigt bij de drievoudige verwarmers. In feite brengt u zo ook uw brein weer op orde.

De twee hemisferen van het brein hebben hun eigen specifieke functies. (Zie afbeelding hiervoor.) Door regelmatig aan uw emotioneel evenwicht te werken herstelt u ook de verbinding tussen die twee helften en herstelt u het evenwicht. De veertien punten met de bijbehorende affirmaties staan op de volgende bladzijde.

<b>EE-punt</b>	<b>Affirmatie</b>	<b>Vervanging</b>
Blaas	Ik houd van mezelf en accepteer mezelf vanaf de allereerste keer en tot op mijn allerdiepste niveau met al mijn onzekerheid.	Ik laat al mijn onzekerheid nu los, en ik vervang haar door zekerheid en zelfvertrouwen.
Galblaas	Ik houd van mezelf en accepteer mezelf vanaf de allereerste keer en tot op mijn allerdiepste niveau met al mijn frustratie.	Ik laat al deze frustraties nu los en ik vervang ze door ontplooiing en ontwikkeling.
Maag	Ik houd van mezelf en accepteer mezelf vanaf de allereerste keer en tot op mijn allerdiepste niveau met al mijn zorgen.	Ik laat al mijn zorgen nu los en ik vervang ze door vertrouwen en onbezorgdheid.
Gouverneursvat	Ik houd van mezelf en accepteer mezelf vanaf de allereerste keer en tot op mijn allerdiepste niveau met al mijn stress.	Ik laat al mijn stress nu los en ik vervang hem door innerlijke rust.
Conceptievat	Ik houd van mezelf en accepteer mezelf vanaf de allereerste keer en tot op mijn allerdiepste niveau met al mijn onderdrukte emoties.	Ik laat al mijn onderdrukte emoties nu los en vervang ze door openheid en loslaten.
Nier	Ik houd van mezelf en accepteer mezelf vanaf de allereerste keer en tot op mijn allerdiepste niveau met al mijn angst.	Ik laat al mijn angst nu los en vervang hem door liefde.
Milt	Ik houd van mezelf en accepteer mezelf vanaf de allereerste keer en tot op mijn allerdiepste niveau met al mijn gebrek aan zelfvertrouwen.	Ik laat al mijn gebrek aan zelfvertrouwen nu los en vervang het door zelfvertrouwen.
Lever	Ik houd van mezelf en accepteer mezelf vanaf de allereerste keer en tot op mijn allerdiepste niveau met al mijn boosheid.	Ik laat al mijn boosheid nu los en vervang haar door zachtheid en liefde.
Long	Ik houd van mezelf en accepteer mezelf vanaf de allereerste keer en tot op mijn allerdiepste niveau met al mijn verdriet.	Ik laat al mijn verdriet nu los en vervang het door plezier en passie.
Dikke darm	Ik houd van mezelf en accepteer mezelf vanaf de allereerste keer en tot op mijn allerdiepste niveau met al mijn rigiditeit en starheid.	Ik laat al mijn rigiditeit en starheid nu los en vervang ze door souplesse en flexibiliteit.
Kringloop	Ik houd van mezelf en accepteer mezelf vanaf de allereerste keer en tot op mijn allerdiepste niveau met al mijn onderdrukte seksualiteit.	Ik laat al mijn onderdrukte seksualiteit nu los en vervang haar door openheid, mannelijkheid en vrouwelijkheid.
Hart	Ik houd van mezelf en accepteer mezelf vanaf de allereerste keer en tot op mijn allerdiepste niveau met al mijn gekwettheid en moeite om te vergeven.	Ik laat al mijn gekwettheid en moeite om te vergeven nu los en vervang ze door vergeving en acceptatie.
Dunne darm	Ik houd van mezelf en accepteer mezelf vanaf de allereerste keer en tot op mijn allerdiepste niveau met al mijn emotionele instabiliteit.	Ik laat al mijn emotionele instabiliteit nu los en vervang haar door emotioneel evenwicht.
Drievoudige verwarmers	Ik houd van mezelf en accepteer mezelf vanaf de allereerste keer en tot op mijn allerdiepste niveau met al mijn neurologische instabiliteit.	Ik laat al mijn neurologische instabiliteit nu los en vervang haar door evenwicht en rust.



Wanneer u eens per dag deze zinnen uitspreekt en de EE-punten masseert, aan het begin van de dag of net voordat u gaat slapen, zult u binnen twee weken het verschil voelen. Ik hoop voor u dat dit het evenwicht brengt dat u helpt om nog succesvoller te zijn.

U heeft nu uw lichaam supervitaal gemaakt en u weet hoe u emotioneel ijzersterk en vol zelfvertrouwen kunt zijn. Dan is er nog een derde gebied, namelijk uw mentale, geestelijke leven. En het voertuig van de geest is taal.

## 7.7 Taal

*Talk to me – is there something that I'm supposed to see*

*Speak to me – is there something that I'm supposed to feel*

*I'm with you and I can't help but want to know*

*Talk to me – is there something that I'm supposed to teach*

*Speak to me – is there something that I'm supposed to find*

*As I reach to the healing in each spoken word*

### Yes in New languages

Taal is het voertuig van de geest en de brandstof voor een lang en succesvol leven. Wanneer u in staat bent de juiste taal te gebruiken, zult u daarmee telkens weer input geven aan het doel dat u wilt realiseren. Taal is dan wel het voertuig van de geest, maar soms lijkt het wel een krakende wagen.

Bij de introductie van een nieuw model Sports Utility Van, van een bekend automerk, sprak ik Johan, auto-

verkoper. Johan wist elke tip die gegeven werd door zijn collega's of door mij, negatief uit te leggen. We hadden het over de vraag hoe je het best accessoires van een auto verkoopt. Johan was ervan overtuigd dat eerst de totale auto verkocht moest worden met alle details en met alle toeters en bellen, voordat hij over extra accessoires kon gaan praten.

Mijn stelling was om het juist om te keren en de accessoires te gebruiken om de grote beslissing over de investering op een lager niveau te krijgen en overzichtelijker te maken voor de klant. Een klant beslist nou eenmaal makkelijker over achthonderd euro voor een prachtige cd/radiocombinatie dan over tweeëntwintigduizend euro voor een complete wagen. Het bijkomende voordeel is dat je het beslisproces versnelt wanneer je de klant zo enthousiast maakt dat hij zichzelf al ziet rijden in die auto met al die prachtige accessoires.

Johan was het daar niet mee eens. Hij was ervan overtuigd dat een klant zo niet redeneerde. Die was wel wijzer, die liet zich niet belazeren en had die trucs ook al eens gehoord. Die wilde niet over de kleine bedragen praten, want de grote bedragen moest hij tóch betalen. In feite had Johan last van een kloonsyndroom. Omdat hij zelf niet in die verkooppraatjes zou trappen, dacht hij dat anderen het ook niet zouden doen. Hij had het idee dat ieder ander net zo was als hijzelf. Maar helaas, klonen is tot nu toe nog niet echt goed gelukt.

Taal is bij het stimuleren van uzelf een essentieel onderdeel. Door taal stimuleert of beperkt u juist hoe u tegen uzelf, uw prestaties en uw omgeving aankijkt. Taal bestaat uit de woorden die u kiest, de zinnen die u daarmee maakt en de lading of activiteit van de gekozen woorden. Want zelfs woorden hebben energie, zo is pas aangetoond.

### 7.7.1 Verborgen boodschappen

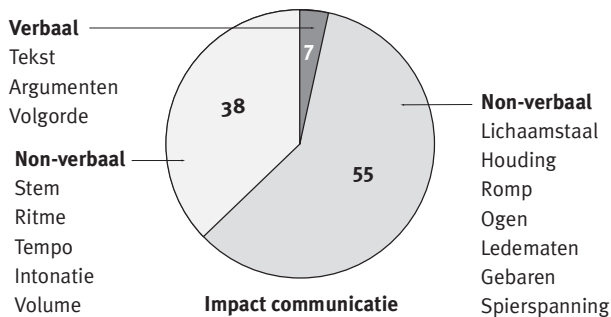
In de loop van de eeuwen dat we taal gebruiken, heeft elke taal waar ook ter wereld allerlei boodschappen in zich opgenomen. Daardoor vertellen woorden meer dan alleen de gebruikelijke betekenis van het woord. Er zijn misschien zelfs ontwikkelingen geweest, die ertoe leidden dat we het woord in zijn oorspronkelijke betekenis weer kwijt zijn. In het overzicht hierna draag ik een aantal voorbeelden aan om duidelijk te maken dat taal een enorme diepgang heeft. De voorbeelden die ik u geef, kunt u natuurlijk ook op andere wijze uitleggen, maar stel dat het waar is wat er staat. Wat zou u er dan

mee kunnen? Speel eens met de gedachte dat er extra boodschappen in de woorden zitten. Geef uw fantasie de vrijheid en de ruimte zodat deze verborgen boodschappen ook in uw voordeel kunnen werken.

En zo zijn er nog tientallen andere voorbeelden. Wat dacht u van bedoeling? Bestemming? Opgelucht? Voorbeeld. Het klopt, waar klopt het dan? En als het dan goed voelt, dan weet u dat het klopt?

U kunt zo de verborgen boodschappen in de taal in uw voordeel laten werken. Speel met de gedachte dat er

Woord		Betekenis
Aardig	aard-ig	Aards, met de voeten op de aarde, met beide benen op de grond. De meeste mensen die we aardig vinden staan ook op hetzelfde niveau als wij. In tegenstelling tot de mensen die zich hoger plaatsen en dus minder met de voeten op de aarde staan en uit de hoogte doen.
Alleen	al-een	Alles-in-een, samen een. Alles is met elkaar verbonden.
Doorzien	door-zien	Door de buitenkant heen kijken en kijken naar de kern.
Eenzaam	een-zaam	Samen één zijn.
Geestig	geest-ig	Luchtig, leuk, opgeruimd.
Herinneren	Her-inneren	Opnieuw-innerlijk. Terugvinden van de informatie in uw innerlijk. Goethe zei het al: 'Alles is al eens bedacht, het is alleen de kunst er opnieuw aan te denken.'
Inzicht	In-zicht	Het zien van de kern van een boodschap. Inzicht is ook letterlijk het plaatje dat u via uw zogenaamde derde oog ziet als u uw ogen sluit. Inzicht voelt u misschien zelfs ook op diezelfde plaats.
Inzien	In-zien	Inzien via uw inwendige oog.
Ontdekken	Ont-dekken	Het dek eraf halen. De bedekking verwijderen.
Opgeruimd	Opge-ruimd	Het kan zijn in fysieke zin, namelijk de ruimte is opgeruimd, alle spullen zijn weggehaald en er is ruimte. Of in mentale zin, een opgeruimd persoon heeft weinig bagage of last van frustraties of beperkende emoties. Een open persoon.
Ontwikkelen	Ont-wikkelen	De wikkels ontstaan in de loop van de opvoeding, opleiding en door ervaring. De wikkels eraf halen.
Samenvatten	Samen-vatten	Samen begrijpen, samen vastpakken, over hetzelfde aspect hetzelfde denken.
Vergeven	Ver-geven	Het weggeven van de emotie die u beperkt. Vergeven wil zeggen dat u geen belemmering meer heeft om verder te gaan. U geeft ruimte aan liefde. Loslaten.
Toeval	Toe-val	Het valt je toe, het komt naar je toe, het gebeurt wanneer het voor jou bedoeld is.



meer is dan alleen maar taal. Dit past ook bij het bewijs van de verhouding tussen verbale en non-verbale communicatie op de impact van een boodschap.

Het blijkt dat de impact van een boodschap grotendeels bepaald wordt door de intentie die men aan de boodschap meegeeft, en niet door de woorden. Het blijkt dat bijna tachtig procent van de impact bepaald wordt door wat u uitstraalt in brede zin en niet door de letterlijke woorden die u gebruikt. Hoe zou u deze non-verbale boodschappen kunnen toepassen?



### 7.7.2 Beperkende taal

Calvijn heeft een belangrijke invloed gehad op de beleving van prestaties en persoonlijke positionering in onze westerse maatschappij. Bescheidenheid, nuchterheid en normaal doen zijn erfenissen van het calvinisme. Naarmate u deze overtuigingen sterker aanhangt, zullen ze u houden op de plaats waar u al was. Wilt u werkelijk met hart en ziel bereiken wat u wilt, kijk dan eens naar de volgende beperkende uitspraken. En vertaal ze naar versterkende, voedende taal.

*‘Doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg.’*

Wat denkt u, wat zou er van André van Duin terecht zijn gekomen, wat zou hij gedaan hebben als hij gewoon had gedaan? En wat denkt u wat Madonna zou zijn gaan doen als zij zich op de vlakte had gehouden en gewoon had gedaan? En André Agassi? Ditzelfde geldt uiteraard voor nuchterheid, bescheidenheid, enzovoort. *‘Wees toch voorzichtig.’*

Jos Verstappen is de meest gewaardeerde autocoureur in het circuit. Zijn website is de best bezochte website van alle autocoueurs en hij wordt aanbeden door een fanclub die groter is dan van welke andere concurrent ook. Wat zou Jos bereikt hebben als hij alleen maar voorzichtig was geweest?

*Aardig willen zijn of aardig gevonden willen worden/geliefd willen zijn.*

Philips zat in de problemen toen Cor Boonstra aantrad. Wat denkt u dat er met Philips en Cor Boonstra gebeurd was als hij vooral aardig gevonden wilde worden? Wilt u zich aanpassen om toch maar aardig gevonden te worden? Hoeveel energie zou dat kosten, denkt u? De kernvraag is: wilt u doen wat anderen van u verwachten (zodat zij u makkelijk aardig vinden) of wilt u doen wat u zelf wilt (zodat u uzelf makkelijker aardig vindt)?

U kunt vast nog veel meer van deze beperkende overtuigingen opnoemen. De kernvraag is telkens: ‘Wat zou er gebeuren, hoe zou ik mijn doelen realiseren of hoeveel energie zou het mij kosten, om te bereiken wat ik wil, met deze beperkende taal?’

Een echte Hart Seller werkt vanuit zijn of haar hart. Laat daarom lekker los wat in uw hoofd zit en u beperkt.

### 7.7.3 Beperkende woorden

Rupert Sheldrake is een bijzondere Engelse wetenschapper. Hij onderzoekt onder andere de grenzen van ons bestaan en het bestaan van een collectief onbewustzijn of geheugen. Hiertoe heeft hij eens onderzocht of woorden ook energie kunnen hebben. Daarvoor selecteerde hij diverse Japanse woorden die hij aan Engelse kinderen liet zien, die deze woorden uiteraard niet konden lezen. De ene helft van de woorden kwam uit de krant en had geen bijzondere lading. De andere helft kwam uit liefdesgedichten. Hij ontdekte dat bijna alle kinderen de liefdeswoorden herkenden! Bijzonder toch? Woorden hebben dus ook een lading, stelde hij vast.

Taal is, zoals gezegd, het voertuig van de geest en wanneer u zichzelf beperkt met woorden, wordt uw geest ook geremd. Er zijn zelfs woorden die er routinematig ingeslopen zijn en die wij in feite nauwelijks meer herkennen. Welke van de volgende woorden gebruikt u wel eens?

Vinkt u de volgende rij eens af.

Erg (leuk bijv.)	<input type="checkbox"/>
Geweldig	<input type="checkbox"/>
Hartstikke	<input type="checkbox"/>
Verschrikkelijk (aardig)	<input type="checkbox"/>
Overweldigend (leuk)	<input type="checkbox"/>
Achterlijk (goed)	<input type="checkbox"/>
Gewoon	<input type="checkbox"/>
Ontzettend (leuk)	<input type="checkbox"/>
Ongelofelijk (interessant)	<input type="checkbox"/>
Waanzinnig (mooi)	<input type="checkbox"/>
Verbazingwekkend	<input type="checkbox"/>
Akelig (lekker)	<input type="checkbox"/>
Angstvallig (goed)	<input type="checkbox"/>

Kijkt u eens door een microscoop naar deze woorden. Wat is erg? Is dat een prettig of een vervelend woord? En geweldig, wat doet dat met u? Vindt u geweldig een leuk woord of is het geassocieerd met geweld? En hoe is het met vreselijk, zit er vrees bij? En akelig? En angstvallig?

Als u dit soort combinaties van woorden gebruikt, creëert u conflicterende boodschappen voor uw onbewuste. Omdat uw onbewuste het een niet met het ander kan combineren, kan dat leiden tot innerlijke stress. Het leidt in ieder geval tot verlies van energie. Als u door die microscoop blijft kijken, ziet u dat zo'n combinatie in feite onmogelijk is. 'Het gaat verschrikkelijk goed' betekent: 'Het gaat verschrikkelijk'. En erachteraan hoort het onbewuste: 'Het gaat goed'. Dus goed is verschrikkelijk? Dat is een zware boodschap, die moeilijk te verteren is voor uw onbewuste. Geef uw geest de voeding waar u zelf profijt van hebt. Voedende taal. Gebruik in plaats van de beperkende woorden voedende woorden.

*It's a beautiful day*

*The sun is shining*

*I feel good, I feel good*

*No one's gonna stop me now*

**Queen in *It's a beautiful day*** (Queen Music Ltd, EMI Music Publishing Ltd)

Hebt u zich wel eens afgevraagd hoe uitgebreid uw gereedschapskist met krachttaal is? Hoeveel krachtwoorden kent u? Ik doel daarmee niet op krachttermen, dat is weer iets heel anders. Welke woorden gebruikt u regelmatig om uzelf in een ondernemende, sterke, plezierige, opgewekte en bijzondere stemming te brengen?

Hoe vaak zegt u tegen uzelf dat u een absoluut zelfvertrouwen hebt? Of dat u een bijzondere stemming hebt of een briljante actie heeft ondernomen? Een excellente prestatie hebt geleverd of fenomenaal gepresteerd hebt? Of indrukwekkend lekker gewerkt hebt of perfect gepresenteerd hebt? Kijk eens naar de beperkende woorden die u hiervoor hebt afgevinkt en zet nu eens naast elkaar welk woord u voor elk van die woorden in de plaats zou willen nemen.

<b>Beperkend woord</b>	<b>Voedend woord</b>
.....	Absoluut
.....	Bijzonder
.....	Briljant
.....	Enorm
.....	Excellent
.....	Extreem
.....	Fantastisch
.....	Fenomenaal
.....	Heerlijk
.....	Hyper
.....	Indrukwekkend
.....	Krachtig
.....	Overtuigend
.....	Perfect
.....	Positief
.....	Reusachtig
.....	Super
.....	Supersonisch
.....	Top
.....	Uitmuntend

- ..... Uitstekend
- ..... Uniek
- ..... Wonderbaarlijk
- ..... Voortreffelijk
- ..... Zalig

Wanneer uw geest leeft van woorden, waarmee wilt u die dan voeden? Met vijf dagen oud brood of met overheerlijk tropisch fruit?

#### 7.7.4 Actieve taal

U kunt dus woorden gebruiken die uw geest voeden, maar u kunt ook een stap verder gaan en uw taal helemaal actief maken. Ik haal nog maar een keer Henry Ford van stal: 'Als u denkt dat u het kunt of als u denkt dat u het niet kunt, u krijgt in beide gevallen gelijk.'

Ik was een keer met een team verkopers, als onderdeel van een teambuildingstraining, aan het slootje springen. We waren met z'n zevenen. De instructeur, Marco, betoogde dat we de sloot die we voor ogen hadden, prima konden overbruggen met de stok die we daarvoor hadden. Ik keek hem vertwijfeld aan, maar ik vertrouwde hem volledig. Ik kon me namelijk niet voorstellen dat hij bereid was om aan het begin van de training zeven natte mannen in schurende pakken op sleeptouw te moeten nemen.

Verschillende mensen twijfelden of het wel zou lukken. Als eerste pakte Marco onverschrokken de stok, nam een aanloop, plantte de stok halverwege in de sloot, sprong eroverheen en stond grijnzend aan de overkant. Hij gooide de stok terug en riep: 'Wie nu?' Hoe langer ik wachtte, hoe meer ik ging twijfelen, dus

voegde ik de daad bij het woord. Ik haalde de stok op, nam een aanloop, plantte de stok in het midden van de sloot en sprong eroverheen. Ik was door het dulle heen! Ik wist niet dat ik zo'n grote afstand kon overbruggen met deze stok. Naarmate de wachttijd vorderde, werd het bewijs van de stelling van Henry Ford steeds sterker geleverd. Nummer drie sprong ook over de sloot, maar letterlijk met de hakken over de sloot. Nummer vier moest twee keer aanlopen en de tweede keer haalde hij het net. Nummer vijf nam een aanloop, sprong, en belandde een meter van de overkant in het water. Nummer zes kwam met hangende schouders en met de stok in de handen aangelopen, plantte de stok in het midden en gleed langs de stok het water in. Nummer zeven heeft niet gesprongen.

Wat ik duidelijk wil maken is dat u uw geest de informatie geeft die u brengt bij het resultaat dat u wilt. Als u bijvoorbeeld uw autosleutels zoekt en zegt: 'Ik kan mijn autosleutels niet vinden', dan vindt u inderdaad uw autosleutels niet. Als u zich afvraagt: 'Waar zijn mijn autosleutels?', dan zult u in negennegentig van de honderd gevallen de autosleutels terugvinden.

Wanneer u kinderen heeft, zult u met hen prachtige voorbeelden van de werking van taal kunnen ervaren. Wat gebeurt er, denkt u, met een kind dat met een beker limonade aan komt lopen en u zegt tegen het kind: 'Niet laten vallen.' Waar focust het dan op? Inderdaad. Doet u het maar eens bij uzelf, denkt u nu niet aan een tropisch eiland met ruisende palmen en een prachtig strand. En? Wat zag u langskomen? Inderdaad. Ik zou er graag samen met u zitten.

Hoe sterker u focust op het resultaat en dat wat u wilt bereiken, hoe sneller u daarmee succes zult hebben.

Kies dus de woorden die u brengen op de plaats waar u wilt komen. Actieve taal dus.

Aan een training voor een grote verzekeringsmaatschappij, gericht op de introductie van een nieuw product, nam ook ene Marina deel, een charmante, leuke meid, halverwege de twintig. Het was een snelle, actieve en energieke training waarin veel informatie werd gegeven. De interne druk vanuit de organisatie was groot, want het product moest snel in de markt gezet worden. Er werd daarom ook veel verwacht van de deelnemers.

In de ochtend al bleek dat Marina telkens een aantal bezwaren had tegen elke goede tip die er was. Dan zei ze: 'Ja, dat is wel goed, maar ...' Ze reageerde op elke boodschap in eerste instantie positief door te zeggen: 'Ja, ...' En meteen daarna had zij een reden waarom die tip niet zou hoeven werken voor haar: 'Ja, maar ...' Op een gegeven moment spiegelde ik haar door te herhalen wat zij tegen mij zei, en door direct daarna met veel energie het tegenovergestelde te beweren. Zij gaf een voorbeeld van wat zij had ervaren en ik zei: 'Ja, maar ...', en betoogde toen met verve exact het tegenovergestelde. Ze keek me verbaasd aan. Ze fronsde haar wenkbrauwen en begreep niet wat er gaande was. Even later gebeurde hetzelfde nog een keer. Ze wilde iets vertellen en ik ging er op haar manier lijnrecht tegenin: 'Ja, maar ...' en vertelde een tegenovergesteld verhaal. 'Ja, maar' is in feite 'nee'.

Een van de andere deelnemers begreep het, begon te gniffelen, en Marina kreeg toen in de gaten dat er iets aan de hand was. Ze vroeg wat er precies was. Toen het helder was voor haar, was ze opgelucht en blij. Ze had nog niet eerder gehoord dat ze vaak zo reageerde. De afsluiting van de training was dan ook: 'Ik heb nog nooit

in één dag zoveel geleerd én ik zal proberen om uit jouw buurt te blijven.' Zat er toch nog een restje onzekerheid in?

De manier waarop u nu praat, heeft u gedurende jaren ontwikkeld. Gelukkig kost het u niet dezelfde tijd om het anders te doen. Zodra u zich bewust bent van de patronen, kunt u ervoor kiezen om uw spreken te veranderen. Een ijzersterk hulpmiddel hierbij is affirmaties te gebruiken. Affirmaties zijn krachtige, positieve uitspraken of stellingen, die u sterk maken. Vandaar 'affirmaties'. Ze maken u ferm. Wanneer u wilt, kunt u zelfs uw manier van spreken trainen, en uw gemoedstoestand zal daar baat bij hebben. Affirmaties zijn de brandstof. Een goede affirmatie heeft de volgende kenmerken wat de formulering betreft:

1. kort en helder;
2. in de tegenwoordige tijd;
3. positief;
4. beginnend (over het algemeen) met 'ik';
5. actief.

Dat deze taaltraining nuttig is blijkt uit het volgende. Weet u nog hoeveel keer u tot uw achttiende jaar negatieve boodschappen heeft gehoord over uw gedrag, over wat u deed en wat u niet deed? Meer dan honderdzes-tigduizend keer.

Wanneer u regelmatig affirmaties gebruikt en u ondersteunt ze door de juiste geesteshouding en lichaams-houding, zult u snel de resultaten bereiken die u wilt.

Voorbeelden van affirmaties gebaseerd op de zes stappen naar Hart Selling:

Gedrag	Ik ben perfect / oké. Ik doe het altijd goed. Ik doe / heb / ben voldoende. Ik leer van alles wat ik meemaak. Ik doe de juiste zaken op het juiste tijdstip. Ik onderneem de juiste actie. Ik doe altijd wat goed voor me is.
Kwaliteiten	Ik ben oké met al mijn kwaliteiten. Ik houd van al mijn kwaliteiten. Ik accepteer mijn schaduwkwaliteiten. Ik houd van mijn schaduwkwaliteiten. Ik ben mijn kwaliteiten en mijn schaduwkwaliteiten. Mijn kwaliteiten helpen me altijd.
Emoties	Ik voel altijd wat er is. Ik voel altijd goed. Ik voel me goed, ook in moeilijke situaties. Ik durf te voelen. Ik durf ook vervelende emoties te voelen. Ik heb een rijk gevoelsleven. Het is oké om te voelen. Hoe meer ik voel, hoe beter het is voor me.
Waarden en overtuigingen	Ik ben het waard om nog veel meer te krijgen dan ik nu krijg. Ik ben het waard om alles te ontvangen. Ik ben waardevol. Ik ben het waard om ... Ik kan wat ik wil. Ik krijg wat ik wil. Ik heb altijd voldoende tijd. Ik heb altijd voldoende.

<b>Identiteit</b>	Ik ben wie ik ben.
	Ik ben oké zoals ik nu ben.
	Ik ben mezelf.
	Ik accepteer/hou van mezelf.
	Ik ben perfect.
	Ik ben de perfecte vader / moeder / partner / verkoper / vriend / vriendin / dochter / zoon / buurman, enzovoort.
<b>Missie</b>	Ik heb een doel.
	Ik heb een bestemming.
	Ik bereik wat ik wil.
	Ik bereik mijn bestemming.
	Ik ben altijd op weg naar mijn missie.
	Ik ben mijn missie.

Affirmaties helpen u om in de juiste geestestoestand te komen. Wanneer u deze affirmaties regelmatig voor uzelf herhaalt, zult u er steeds sterker in geloven. U kunt zich ook trainen om de perfecte geestestoestand te bereiken door affirmaties. Een van de methoden is om de affirmaties op een kaartje te schrijven dat u altijd bij u draagt: in uw overhemd, in uw handtas, in uw broekzak, bij uw autosleutels, op de achterzijde van uw mobiele telefoon. Kortom, op plaatsen die u vaak aanraakt. Stuur de juiste versterkende, positieve, actieve boodschappen naar uw geest. Dan zal uw geest u helpen om uw wensen te realiseren.

### 7.7.5. Lichaamstaal

Meer dan tachtig procent van de impact van uw boodschap wordt bepaald door uw lichaamstaal, zagen we in de figuur op bladzijde 172. En wanneer u uw lichaamstaal werkelijk vloeiend spreekt, communiceert u moeiteloos met iedereen. Het is een ware kunst om te zeggen wat u voelt en om congruent te voelen wat u zegt.

Ook hier gaat het weer om congruentie. Hoe dichter u bij uw gevoel en waarheid zit, hoe sterker de verbinding is en hoe sterker uw boodschap is. De consequentie hiervan is dat u moeiteloos verkoopt.

Uw lichaamstaal gaat verder dan alleen uw houding. Uw fysieke toestand is bepalend voor de kracht en helderheid van uw boodschap. Ga in gedachten maar eens terug naar een situatie waarin u uitgeput was, geïrriteerd, gefrustreerd, boos. Die kunt u zich vast nog wel herinneren. Wat voelde u toen? Waar voelde u dat? Hoe keek u? Hoe stond of zat u? Hoe zag de buitenwereld eruit? Hoe waren uw collega's? Hoe was het met uw partner?

Hoe voelt u zich nu? Lekker? Onderzoek heeft aangetoond dat er een directe relatie bestaat tussen uw fysieke toestand en uw stemming. Zodra u uw stemming verandert, zal uw fysieke toestand zich aanpassen in positieve of in negatieve zin. En zodra uw fysieke toestand verandert, zal uw stemming ook anders zijn. Een prachtige methode om dit te toetsen is bij een kind dat gevallen is en huilend troost zoekt. Wanneer u het kind wijst naar de zon, of naar een vogel die overvliegt, of naar de kruin van een boom, zal het resoluut stoppen met huilen. Dus opwaarts kijken, stopt het verdriet.

Wanneer u de juiste oogopslag, de juiste houding, de juiste gebaren, de juiste spierspanning en de juiste ademhaling hebt, blijkt dat direct invloed te hebben op uw stemming. Bij uw fysieke toestand is het cruciaal om te doen alsof u het kunt. U kunt daar tegenin brengen dat u nog niet weet of u het kunt. Maar stelt u zich eens voor dat u het wel kunt: hoe zou u het dan doen? Hoe zou u zich krachtig, sterk, opgewekt, energiek, vitaal, liefdevol willen voelen? Hoe staat u dan? Hoe



kijkt u dan? Welke gebaren maakt u dan? Hoe ademt u? Wat hoort u dan?

En wat gebeurt er met u als u boos bent, of verdrietig, of terneergeslagen? Als u voor de derde keer vandaag een order verspeeld heeft, wat voelt u dan? Als uw manager u ook nog op uw kop geeft, omdat het nu nog moeilijker wordt om uw target te halen, wat voelt u dan? Uw partner vanochtend ook chagrijnig was, want ... wat voelt u dan?

Voelt u telkens de stemmingswisselingen in deze vragen? En merkt u ook in uw lichaam de verschillende reacties? Het zijn vaak kleine signalen, maar hoe beter u ze herkent, hoe beter ze u kunnen helpen.

Er is een afschuwwekkend voorbeeld van de kracht van de werking van de geest-lichaamrelatie. Dokter H. Benson heeft uitgebreid over deze relatie gepubliceerd en heeft onder andere een voorbeeld ontdekt bij een aboriginal-stam in Australië. De medicijnmannen hebben daar een traditie die 'wijzen met het been' heet. Het is een betovering die zo krachtig is, dat het slachtoffer absoluut zeker weet dat hij aan een afschuwelijke ziekte zal lijden of mogelijk zal sterven: 'De man die ontdekt dat hij door een vijand gebeend wordt, ziet er inderdaad deerniswekkend uit. Hij staat verstomd, zijn ogen starend naar de verraderlijke wijzer en zijn handen omhoog om het dodelijke medium, waarvan hij verbeeldt dat het zich in zijn lichaam dringt, af te weren. Zijn wangen verbleken, zijn ogen worden glazig en zijn gezicht vertrekt zich afschuwelijk. Hij probeert te schreeuwen maar het geluid blijft meestal in zijn keel steken. Het enige wat te zien is, is schuim om zijn mond. Zijn lichaam begint te beven, zijn spieren onwillekeurig te trekken. Hij wankelt achteruit, valt, en lijkt korte tijd bewusteloos. Maar spoedig erna herwint hij

zijn doodsangst en begint met zijn handen voor zijn gezicht te kreunen. Zijn dood zal binnen relatief korte tijd waarschijnlijk een feit zijn.'

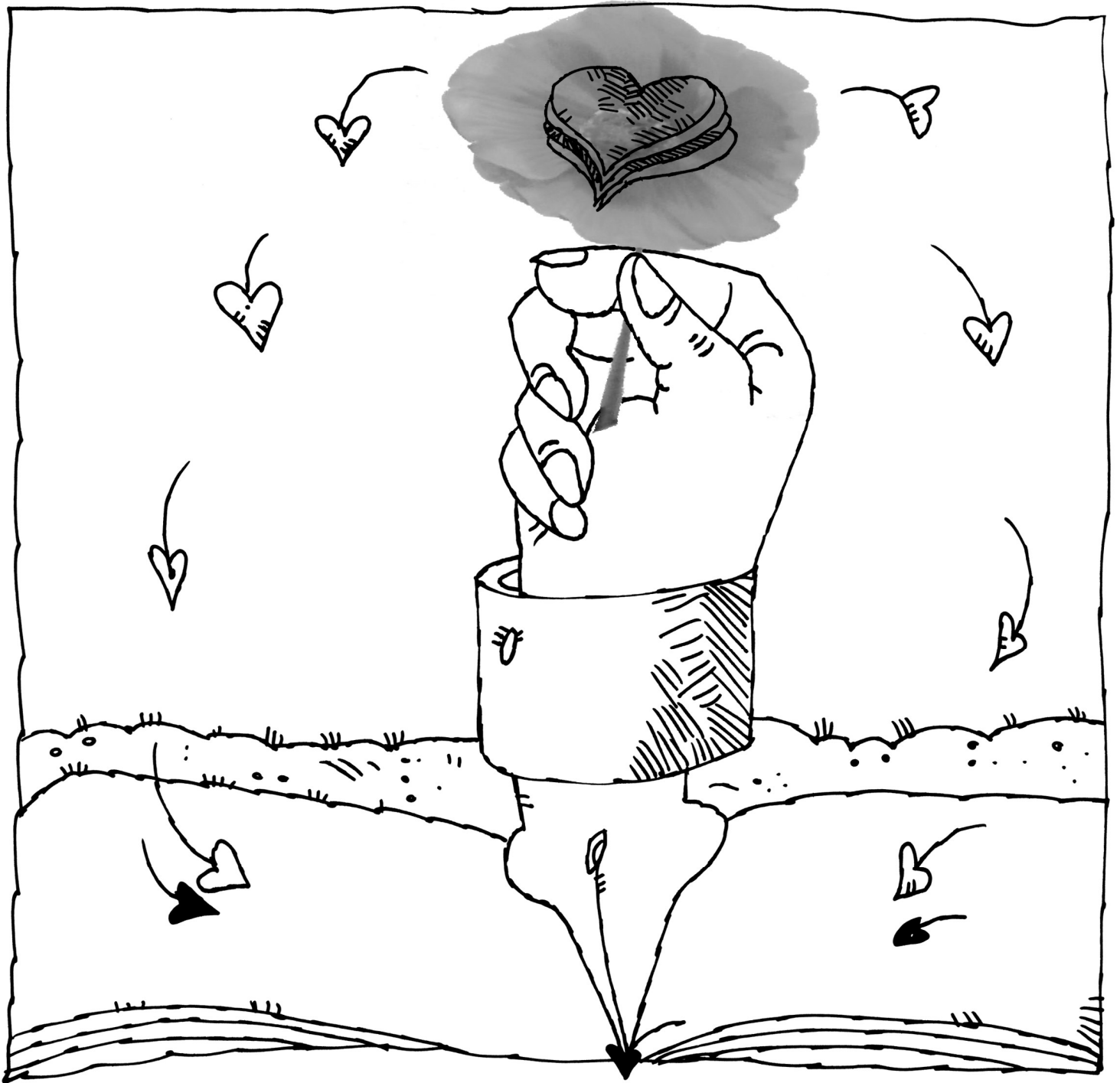
Ik vind het een vreselijk verhaal, en terwijl ik het opschrijf, bekruipt me een angstig gevoel van de kracht van de geest. Gelukkig kunnen we alles wat we in negatieve zin ervaren, transformeren naar een positieve ervaring.

Een bijzondere oefening om te ervaren hoe dit werkt is de volgende. U heeft hier iemand anders voor nodig. Zoek een partner die u drie minuten wil spiegelen, en vraag aan deze persoon het volgende: 'Haal eens een positieve herinnering, een bijzondere en prettige situatie voor de geest.' Die ander vertelt u niets over zijn herinnering, maar gaat erin op, in die positieve, prettige stemming. En u gaat die persoon compleet spiegelen. Doe zoals de ander doet. De houding, hoe hij zit, hoe de benen geplaatst zijn, de positie van de handen, de armen, de positie van het hoofd, bewegingen van het oog, van de mond, van de hals, de ademhaling. Breng uzelf in exact dezelfde fysieke toestand en gebruik alle zintuigen. Doe het heel nauwkeurig. En houd dit een paar minuten vol.

Bedank de ander ten slotte en schrijf op wat u ervaren heeft. In meer dan tachtig procent van de gevallenervaart u dezelfde woorden en zelfs dezelfde gedachten als de ander. U kunt zelfs ervaren dat u ziet wat de ander ziet. Zo sterk kunt u dus uw fysieke toestand sturen naar dat wat u wilt.

Wilt u uw succes versnellen, spiegel u dan aan succesvolle mensen. In feite is dat wat kinderen altijd doen. Ze nemen gedrag over waarvan ze merken dat het goed voor ze is.

Ook kunt u de keuze maken om het gedrag van anderen en de fysieke toestand van succesvolle mensen te kopiëren in uw voordeel. Uw taal is de brandstof van de geest. Uw lichaam stuurt in deze gevallen uw geest. De juiste woorden, de juiste uitdrukkingen en de juiste lading van de woorden zorgen dan voor de bijpassende reacties. Kortom, wanneer u de juiste brandstof in uw systeem gooit, zult u steeds beter, sneller, zuiniger en met steeds minder moeite rijden.



# 8

## Hoe nu verder?

U heeft een mooie reis afgelegd. U heeft zich verdiept in de historie van en de ontwikkelingen in de verkoop. In uw omgeving en gedrag, uw kwaliteiten en uw schaduwkwaliteiten, in uw emoties, in uw waarden en overtuigingen, uw identiteit en uw missie. Ook heeft u diverse voorwaarden voor succes ontdekt. U weet hoe u in evenwicht komt en hoe u maximaal vitaal wordt. De kunst is om nu de juiste keuzen te maken. De volgende tips helpen u bij deze keuzen.

**Tip 1:** Geniet van wat u gedaan heeft. Het is nu heel verleidelijk om alles wat u in dit boek ontdekt heeft over uzelf, direct in de praktijk te willen brengen. Staat u eerst even stil. U weet: intervaltrainingen zijn veel effectiever dan alleen maar doorloop. Sta dus nu stil en geniet van de vooruitgang die u geboekt heeft.

**Tip 2:** Blijf werken met uw buddy. Gebruik de kennis, de expertise, de liefde, het respect, de intelligentie en de creativiteit van uw buddy en geef die elementen ook terug. Uw buddy is vaak de spiegel van wat u in feite zelf al weet. Hij bevestigt u in datgene wat u zelf nog wilt ontwikkelen. Uw buddy kan u helpen om de juiste keuzen te maken en steeds verder te komen op het pad dat u zelf kiest. En: vreemde ogen dwingen. Een goede buddy helpt u om scherp te blijven. Spreek de buddy hierop aan en maak hierover afspraken. Maak de ontwikkeling tot een soort 'continue innovatie'. Ga op pad en blijf lopen, en doe het samen met uw buddy.

**Tip 3:** Lees het boek nogmaals. Concentreer u op de oefeningen en laat u verrassen door de andere informatie die u dan tegenkomt. Begin er open aan en geef ruimte aan de nieuwe inzichten die ontstaan. Verras uzelf.

**Tip 4:** Lees het boek nogmaals. Joe Gandolfo, weet u nog, een van 's werelds beste verkopers, las het boek van Napoleon Hill, *Think and Grow Rich*, meer dan vijftig maal. Ik zal nu niet negenenveertig redenen noemen waarom u het boek dat u nu in handen heeft, ook zo vaak kunt lezen. Maar neem van mij aan, uw brein zal telkens nieuwe zaken ontdekken, telkens wanneer u het boek ter hand neemt. Wanneer u echt een top-Hart Seller wilt worden, en het volledig met hart en ziel wilt doen, stort u zich dan ook met hart en ziel op de derde lezing.

**Tip 5:** Neem deel aan een Hart Selling-training. Diverse malen per jaar worden er Hart Selling-trainingen georganiseerd, onder andere op basis van dit boek. U zult dan doen wat u hier gelezen hebt en meer. U ontmoet verkopers die hetzelfde hebben gehad als u. U zult ervaringen delen die u tot nu toe alleen hebt ontdekt. U zult niet met één buddy werken, maar u zult met diverse buddy's werken, waardoor uw ontwikkeling met grote sprongen vooruitgaat. U zult een kwantumsprong maken in uw ontwikkeling en een versnelling ervaren in uw groei. Een Hart Selling-training is een sales evenement zonder weerga. Het verkopen zal nooit meer zijn zoals het was.

**Tip 6:** Blijf schrijven, want wie schrijft die blijft. Maak er een gewoonte van om dagelijks een kwartier in uw dagboek te schrijven. Geef uw geest de ruimte en schrijf alles van u af. Het is het beste geestverruimende middel dat er bestaat.

En dan een laatste gedachte. Maak een heldere keuze, die voor u op dit moment goed is. Lees de volgende tekst en laat uw hart spreken:

Sluit uw ogen.

Ga rustig zitten.

Adem vanuit uw buik.

Concentreer u op uw ademhaling.

Adem in.

Adem uit.

Laat alle spanning wegvloeien uit uw hoofd, via uw romp, via uw bekken, billen en benen, knieën, kuit, voeten.

Laat alle spanning wegvloeien.

Tel uw uitademingen.

Tel tot tien.

Kom volledig tot rust.

Stel uzelf de vraag: 'Wat wil ik nu voor honderd procent en met hart en ziel gaan doen?'

Maak het beeld van uzelf zo compleet mogelijk.

U ziet zichzelf voor u.

Wat doet u?

Hoe voelt u zich?

Wat hoort u?

Wat ziet u?

Wat zegt u tegen uzelf?

Maak ook de keuze die nu goed is voor u.

Laat er een symbool bij verschijnen.

Prent het symbool in uw geest.

Knijp met uw rechterhand uw duim tegen uw

wijsvinger, alsof u het symbool daartussen hebt geklemd.

Open langzaam uw ogen.

Haal een keer diep adem en beloon uzelf voor de intense ontdekkingsreis die u heeft afgelegd.

Vanuit de grond van mijn hart dank ik u voor uw interesse, voor uw enthousiasme, voor uw liefde en voor uw inzet. Ik wens dat u alles zult ontmoeten wat goed is voor u en voor de mensen die u dierbaar zijn. Ik hoop u graag een keer in levende lijve te ontmoeten. Laten we dan met hart en ziel genieten en doen waar we goed in zijn en er plezier aan beleven. Tot gauw?

Arnold Steenbeek

# Bijlage

## Extra informatie

Deze bijlage bevat een handreiking in de vorm van bronnen en voorbeelden om de reis voort te zetten. Voor uw oren: meditatie en muziek; voor uw ogen: video's; en om te doen en te weten: trainingen en boeken.

Op de website [www.nieuwedimensies.nl](http://www.nieuwedimensies.nl) vindt u regelmatig aanvullingen op deze informatie.

### Voor uw oren: meditaties

*Tineke's ontspannen wereld.* Een meditatie-cd, ingesproken door Tineke de Nooij, Dino-Music, DNC D 15-43. Een cd met daarop methoden voor complete ontspanning, met meditaties over onder andere de zee, het bos en een kasteel. Op een handige manier geproduceerd en in korte tijd goede resultaten door leuke oefeningen.

*Een prettige vlucht* door Luuc Christiaanse, Oreade Music, ORE 58612. Een professionele cd voor mensen die graag verder willen in de meditaties, met aanvullend doeboekje en extra oefeningen voor het verankeren en positief focussen.

*De droom* met Luuc Christiaanse, Oreade Music, ORP 5489-2. Ook een cd met uitgebreide oefeningen en onderdelen voor diverse meditaties. Voor slaapbegeleiding, voor zelfvertrouwenvergroting en voor persoonlijke groei.

*Balans: fysieke en emotionele heling*, Roy Martina. Andromeda. Een meditatie op cd. Fysieke heling en emotionele heling in een korte meditatie.

*Brain Sessions*, Ad Visser. Arcade, cd 0110211. Muziek en korte teksten van Ad Visser die rechtstreeks uw hersenactiviteit beïnvloeden door uw alfa-ritme te stimuleren. Stress verdwijnt en het lichaam ontspant.

*Power-Thoughts: Remembering by Affirming*, Ralph Bakker en Dorien van Nieuwkerken. Metavision Publishing, Baarn. Zestien onderwerpen over het heden, het verleden en de toekomst, geld, uw leven, werk en nog veel meer beschreven in affirmaties en ondersteund door ontspannende muziek. Twee prachtige stemmen en een methode die werkt.

### Voor uw oren: muziek

Elke soort muziek waar u zich prettig bij voelt, kunt u gebruiken om daarop te mediteren of u te ontspannen. Er zijn diverse artiesten die cd's speciaal voor deze doeleinden hebben uitgebracht. Bijvoorbeeld Kitaro, Oliver Shanti, Adiemus, Era, Chris Hinze, Gregor Theelen, Sarah Brightman, Medwijn Goodall, Mike Rowland en vele anderen.

Solitudes bijvoorbeeld, is een gespecialiseerd uitgeverij voor dit soort muziek. U vindt hun CD's onder andere in nieuwetijdswinkels, goede interieurzaken en decoratiewinkels.

*The Healing*, een verzamel-cd met tientallen bijzondere en ontspannende nummers, volgens de uitgeverij passend bij deze bijzondere tijden waarin moeilijke veranderingen zich aandienen en ook om sterkte, rust en kracht te vinden. Universal 5 64478-2.

Beethoven, Mozart en andere componisten hebben natuurlijk ook bijzondere en ontspannende muziek gecomponeerd.

Er zijn zelfs uitvoeringen van Beethoven en Mozart met calm ocean sounds (Uitgeverij Oreade).

#### Voor uw ogen: video's

*Holy Man*. Een video of DVD met Eddy Murphy, Jeff Goldblum en Kelly Preston. Touchstone Pictures, 1998. Een bijzondere film waarin veel gelachen wordt en die je veel doet lachen, en die bovendien een inspirerende, soms spirituele boodschap heeft, gebracht door een 'televisieverkoop'-goeroe genaamd G (djie). Een aanrader.

*The Sixth Sense. Het zesde zintuig*, met Tony Colette, Bruce Willis, Haly Joël Osmond en Olivia Williams. Dr. Malcolm Crow is een vooraanstaand kinderpsycholoog, die wordt gekweld door een pijnlijke herinnering aan een geestesziek patiëntje, dat hij in het verleden niet heeft kunnen helpen. Wanneer hij Cole Sear ontmoet, een bang en verward achtjarig jongetje met dezelfde problemen, probeert dr. Crowe deze geschiedenis dan ook recht te zetten door Cole te helpen waar hij kan. Desondanks is Malcolm niet voorbereid op de waarheid achter Cole's kwellingen.

*Een luizenleven*. Een Disney-film met allerlei bijzondere karakters. Van oorsprong een tekenfilm, maar 'met onder elk blaadje een bijzonder avontuur'. Bovendien een

verbluffend nieuwe visie op teamwork en vastberadenheid, waarbij u telkens weer nieuwe spiegels krijgt voorgeschoteld over hoe het er blijkbaar aan toegaat.

*The Matrix*, met Yvonne Zima, Mara Wilson, Keanu Reeves, Laurence Fishburne. Geregisseerd door Danny de Vito. Er zijn twee werelden, de een is een droom, de ander is de Matrix. De tweeëntwintigste eeuw. Neo is een computer-hacker, die door Trinity wordt gevraagd om een groep vrijheidsstrijders te helpen, die wordt aangevoerd door de illustere Morpheus. Deze groep verzet zich tegen zelfdenkende computers die de menselijke beschaving beheersen. De computers houden de mensen onder de duim door hen letterlijk in te pluggen in een virtual reality-omgeving, die eruitziet als de eenentwintigste eeuw zoals wij die nu kennen.

*Pay it forward*. Film met in de hoofdrollen Kevin Spacey en Helen Hunt. Regie: Mimi Leder. Het is een unieke film over een soort multi-level marketingsysteem van het hart. Het doel van de spelers is om de wereld te verbeteren. Het begint dan met het idee om goede daden te doen voor drie mensen die op hun beurt als dank hetzelfde doen met drie andere mensen. Die het ook weer doen, enzovoort. Een simpel idee dat enorme effecten kan hebben.

*Karakter*, met Jan Decleir, Fedja van Huet e.a. Een Oscarwinnende film over wat wilskracht, doorzettingsvermogen, frustratie en respect brengen. Leergierige en ambitieuze zoon zet alles op alles om zijn milieu en de tegenwerking van zijn vader te ontworstelen. Na enkele tegenslagen komt hij terecht bij het advocatenkantoor Stroomkoning. Gegrepen door deze imponerende, chique wereld komt het levensdoel van Katadreuffe onwrikbaar

vast te staan: advocaat zal hij worden. Een imposante film, die terecht een Oscar won.

*Good Will Hunting*, met o.a. Robin Williams en Matt Damon. Geregisseerd door Gus van Sant. Will Hunting werkt als schoonmaker in een school en brengt de rest van zijn tijd voornamelijk door met vechten en het omzeilen van de wet. Op een dag blijkt echter dat Will een uitzonderlijk talent heeft voor wiskunde. Een leraar wil kost wat het kost dit talent uitbouwen, maar merkt al vlug dat Will behoorlijk overhoop ligt met zichzelf en z'n omgeving. De enigen die hem kunnen helpen, zijn Sean McGuire, een psycholoog die bewondering heeft voor het jonge genie en hem probeert te begrijpen, en Skylar, een studente geneeskunde, die verliefd is op Will. Uiteindelijk slagen zij erin om Will uit z'n isolement te halen. Een innemende, prachtige film over menselijke emoties, die terecht werd bekroond met twee Oscars.

### Om te doen: trainingen

Lezen is één, maar Hart Selling kun je ook doen. Kijk op de website: [www.nieuwedimensies.nl](http://www.nieuwedimensies.nl) om te zien wanneer en waar er Hart Selling-trainingen worden gegeven. Het is een intensief zesdaags programma, waarin alle stappen uit het boek duidelijk aan bod komen en u gestructureerd en geconcentreerd begeleid wordt en gestimuleerd wordt tot Hart Selling. Een onvergetelijke ervaring.

### Om te lezen en te weten: boeken

*Schep je eigen werkelijkheid*, Nancy Ashley. Uitgeverij Ankh-Hermes, Deventer 1990. Een bijzonder boek met tientallen oefeningen om overtuigingen in kaart te brengen en te integreren, gebaseerd op een contact tussen de schrijver en een buitenaardse 'Seth'. Intrigerend.

*Management met metaforen*, Paul Baardman. Minguus, Woerden 1996. Iedereen die professioneel met metaforen wil werken, heeft dit boek nodig. Een indrukwekkende verzameling. Praktische vertalingen ontbreken echter.

*Een vertrouwde wereld*, Hans Baudet. Uitgeverij Bert Bakker, Amsterdam 1986. Een rijk geïllustreerd boek over alle innovaties van de afgelopen eeuw. Veel boeiende voorbeelden en prachtige beschrijvingen.

*Spelen met yoga*, Daniëlle Bersma en Marjoke Visscher. Panta Rhei Uitgeverij, Katwijk 1998. Van oorsprong een boek bedoeld voor kinderen om kennis te maken met yoga. Maar er staan zoveel leuke oefeningen in die ook interessant, nuttig en effectief voor volwassenen zijn, dat ik het graag opneem in deze lijst. Wilt u spelenderwijs kennismaken met yoga, dan is dit een mooi begin.

*Flow en de kunst van het zakendoen*, Jan Bommerez en Kees van Zijtveld. Nieuwe Dimensies Uitgeverij, Baarn 1999. Een fantastisch boek waarin u gevraagd wordt en uitgedaagd wordt om nog bewuster om te gaan met de balans tussen zijn en doen, tussen binnen en buiten. Een mooie verdieping van uw ontwikkeling en een schat aan informatie en heel praktische, zeer confronterende oefeningen. Een absolute aanrader.



*Over de bestemming van de ziel*, door Edgar Cayce, beschreven door Mark Thurston. Uitgeverij Ankh-Hermes, Deventer 1993. Een boek over de zin van het leven, de weg naar vervulling en geluk, en verheldering over het psychologisch functioneren van de mens.

*Een leven lang fit*, Harvey en Marilyn Diamond. De Kern, Baarn 1987. Een van de eerste boeken waarin de combinaties van voedingsmiddelen en het effect van verschillende ingrediënten op ons energieniveau en achtergrondinformatie over onze spijsvertering en vitaliteit uitgebreid beschreven staan, inclusief veel recepten en ideeën.

*De taal van het hart*, dr. Wayne Dyer. Bruna Uitgevers, Utrecht 1999. Een bijzonder inspirerend boek met korte verhalen en anekdotes geïnspireerd op tijdloze gedachten, gedichten en geschriften van zestig van 's werelds bekendste en wijste grootheden, onder wie Boeddha, Confucius, Leonardo DaVinci en Shakespeare.

*Beziel je leven*, dr. Wayne Dyer. Bruna Uitgevers, Utrecht 1999. Een praktisch boek om u nog verder te verdiepen in de ontwikkeling van de geest, spiritualiteit en filosofie.

*Licht op de schaduw*, Debbie Ford. Servire uitgevers, Utrecht 1999. Een nieuw licht op een oud concept door Debbie Ford, die op een bijzondere en effectieve manier uw schaduwkanten in één boek in het zonnetje zet. Een boek waarmee u uzelf nog verder accepteert en versterkt.

*Emotionele intelligentie*, Daniel Goleman. Uitgeverij Contact, Amsterdam 1997. Een baanbrekend werk, waarin voor het eerst EQ (emotionele intelligentie) beschreven wordt. Een zeer uitgebreid en gedetailleerd boek voor iedereen die zijn emoties beter wil begrijpen,

verder wil ontwikkelen en zijn emotionele intelligentie wil vergroten.

*Drie-minuten meditaties*, David Harp. Element, Naarden 1997. Een boek dat over de hele wereld een groot succes is. Het geeft op een nuchtere en begrijpelijke wijze inzicht in meditaties. Dit boek rekent definitief af met het alibi dat er geen tijd is om te mediteren. Binnen een paar minuten tijd kunt u uw geest ontspannen, en helpt u uw stress te verlagen, uw gevoelens te versterken en uw angsten en verlangens te begrijpen. Een schitterend boek.

*Kalendarium*, Geschiedenis van de Lage Landen, Uitgeverij Het Spectrum, Utrecht 1999.

*Nieuwe regels voor de nieuwe economie*, Kevin Kelly. Uitgeverij Nieuwezijds, Amsterdam 1999. Het complete boek waarin Kevin Kelly principes uit de traditionele economie vertaalt naar nieuwe ontwikkelingen. Dit leidt tot verrassende inzichten en een mooie kijk op onze huidige groei.

*Kijkend naar Holland 1900-2000*. Inmerc, Wormerveer 1998. Nederland in een eeuw: groei, maatschappelijke, culturele en economische ontwikkelingen.

*Sterk door gevoel*, Stefan Konrad en Claudia Hendl. Tirion, Baarn 1999. Lees- en leerboek om uw EQ te vergroten en uw gevoel beter te hanteren. Inclusief een werkprogramma.

*Principles of marketing*, Philip Kotler. Prentice Hall, Englewood Cliffs 1983. Het standaardwerk.

*Visies op Vooruitgang*, Peter Krass. Bruna Uitgevers, Utrecht 2000. Een vlucht door de geschiedenis van het bedrijfsleven.

*Chi Neng Qi Gong*, Roy Martina en Patricia van Walstijn. Andromeda, Blaricum 1999. Het boek over de bijzonder succesvolle en effectieve 'meditatiesport' Chi Neng, meegebracht uit China door Roy en Patricia, met daarin de vijftientig minuten durende oefening waardoor u zich al na enkele dagen anders gaat voelen. Een helend boek.

*Emotioneel evenwicht*, Roy Martina. Andromeda, Blaricum 1999. Een standaardwerk om emotioneel enorm te groeien en in balans te komen. Inclusief een goede en praktische beschrijving van de methode Emotioneel evenwicht.

*Je bent een kampioen*, Roy Martina. Andromeda, Blaricum 1997. Een boek gebaseerd op sportprestaties, maar geschikt voor iedereen die op topniveau wil meedraaien.

*Supervitaal*, Roy Martina. Andromeda, Blaricum 1996. Dit boek was de basis voor het gelijknamige tv-programma.

*Vitaal verkopen*, Roy Martina. Samsom, Deventer 2000. Een interessant boek over verkopen, geschreven door een arts. Hij beschrijft een diepgaande methode om uw angsten te overwinnen en uw vitaliteit te vergroten. Een aanrader voor elke verkoper.

*Wat ben je waard?*, Roy Martina. Andromeda, Blaricum 1998. Een interessant boek als spiegel voor uzelf. Een reisgids om uw zelfbeeld verder te verscherpen. Een inspirerend boek voor mensen die hun zelfvertrouwen en acceptatie willen versterken.

*Industrieel erfgoed*, Erik Nijhof. Stichting Teleac, Utrecht 1996. De geschiedenis van het Nederlandse bedrijfsleven met foto's, verbanden en achtergrondinformatie.

*Bezieling en kwaliteit in organisaties*, ir. D.D. Ofman. Servire Uitgevers, Utrecht 1997. Een zeer inspirerend boek als u meer wilt weten over kernkwaliteiten en de gerelateerde valkuilen, allergieën en uitdagingen van mensen.

*De Celestijnse belofte*, James Redfield. Forum, Amsterdam 1996. *Het tiende inzicht*, James Redfield. Forum, Amsterdam 1996. *De Celestijnse visie*, James Redfield. Forum, Amsterdam 1998. Diverse boeken die in korte tijd zonder enige promotie een enorm succes zijn geworden, James Redfield slaat een brug tussen onze eeuwenlange ontwikkeling en onze komende sprong, zoals hij dat noemt. Alle boeken zijn bedoeld voor een 'spiritueel ontwaken' en een verdere groei voor iedereen die de diepte in wil.

*Je ongekende vermogens*, Anthony Robbins. Kosmos-Z&K Uitgevers, Utrecht 1999, twaalfde druk. Hét standaardwerk in NLP. Perfecte voorbeelden, prachtige technieken en methoden, die alle werken. Leren en lezen tegelijk.

*Sales Management*, Gb. Rustenburg, drs. R. van Hoften en A. Steenbeek. EPN, Houten 1998. Een studieboek voor de professionele salesmanager en voor hbo- en universitaire studenten. Alle onderwerpen waarmee een salesmanager in zijn praktijk te maken krijgt, staan erin beschreven.

*Werkboek emotionele intelligentie*, Jeanne Segal. Het Spectrum, Utrecht 1999. Een zeer praktisch boek, gebaseerd op Golemans boek, met stap voor stap instructies om de signalen van uw lichaam op te vangen, te interpreteren, te voelen en erop te reageren. EQ voor op het werk, voor in het gezin en voor in de familie. Een inspirerend boek.

*Third Wave*, Alvin Toffler. Een baanbrekend boek, waarin de geschiedenis de basis is voor de toekomst. Toffler is de eerste die zo'n heldere lijn trekt tussen het verleden en de toekomst.

*Een ongewoon gesprek met God*, Neale Donald Walsch. Kosmos-Z&K-Uitgevers, Utrecht 1998. Een op het eerste gezicht oneerbiedig boek, maar een boek dat eenmaal gelezen uw kijk op de wereld en op uzelf definitief verandert. Een zeer respectabele beschrijving en een dialoog die een nieuw licht werpt op alles wat u hiervoor voor waar aannam. De overige boeken van Neale Donald Walsch zijn ook erg inspirerend en het lezen waard.

*Verkopers leiden, opleiden, begeleiden*, Jan L. Wage. Samsom BedrijfsInformatie, Alphen aan den Rijn 1994. Een standaardwerk voor salesmanagers door de grondlegger en de meest gezaghebbende verkoopexpert in Europa. Dit boek is de zesde generatie van een boek dat hij in 1958 schreef. Een inspirerend boek van een inspirerende man.

*Het grote boek van de rust*, Paul Wilson. Archipel, Amsterdam 2000. Een uniek boek van de Australiër Paul Wilson met een enorme lijst succesvolle technieken om onder alle omstandigheden snel geestelijk en lichamelijke ontspannen en kalm te zijn.

De volgende tijdschriften en dagbladen bevatten regelmatig interessante bijdragen:

Dagelijks Beleid  
Ode  
Body & Mind  
NRC Handelsblad  
Sales Management  
Elsevier  
FEM/De Week

### Voor verdere informatie: websites

<http://www.nieuwedimensies.nl>

Achtergrondinformatie over de auteur, Hart Selling-trainingen en regelmatig updates met extra informatie en activiteiten. Tevens links naar andere pagina's.

<http://www.hart-selling.nl>

Hét platform voor iedereen die zich verder wil ontwikkelen.

<http://www.optimalwellbeing.com>

De site om meer te halen uit emotioneel evenwicht.

<http://www.chopra.com>

Deepak Chopra's homepage. Regelmatige updates met boeiende anekdotes.

<http://www.roymartina.com>

De virtuele thuisbasis van Roy Martina.

<http://www.chineng.nl>

Meer ontdekken over deze meditatie in beweging start met deze website.

<http://www.debbieford.com/workshops.html>

Schaduwwerk en kennismaking met Debbie Ford.

<http://www.cbs.nl>

De bron van alle statistiek in en over Nederland.

# Register

- 1984 37  
4 O's 77
- aanbod 24, 26, 33-34, 36-37, 41-42, 47, 59, 115  
Abraham Maslow 53-54  
accountmanagement 45  
accountmanager 45-46  
actie 81, 94-95, 98, 103, 105, 125-126, 133, 135, 140-144, 174, 176  
actieve taal 174-175  
acupunctuur 163-165  
adoptiecurve 16-18  
affirmaties 168, 176-177  
afname 17, 21  
Algvist, Bjorn 33  
ambachtslieden 26  
amygdala 83  
arbeid 16, 24, 27, 32, 37
- barterer 47  
bedrijfstukken 24  
belemmerende overtuigingen 103-105  
Bell, Alexander  
Graham 116, 122  
beperkende taal 172  
beperkende woorden 173-174  
Berners-Lee, Tim 37  
beschikbaarheid 34, 40-41, 43  
bode van de goden 39
- Boucicau, Aristide 29  
Brink, Nina 109
- Callahan, Roger 165  
capaciteiten 64  
Carl Jung 73, 76, 147  
Caroll, Alexis 150  
Charles Darwin 79  
Chi Neng 154-155  
Chopra, Deepak 76, 160  
Coca-Cola 28  
communicatie-intensiteit 36  
computernetwerken 37  
computers 33, 35, 43, 154, 157  
congruent 94, 95, 99, 115, 137, 177  
conjunctuur 33-34  
Consumentisme 43  
controle 67, 91-92, 115, 144  
countdown-oefening 155
- de wet van de afnemende meeropbrengst 34  
de wet van de toenemende meeropbrengst 34  
Diana, prinses 49  
discipline 97, 105, 111, 123-124, 140-142  
DOS 18-19  
Douwe Egberts 28, 36  
download-effect 33-34
- duurzame innovatie 34-35
- early adopters 19  
early majority 19  
economische crisis 31, 44  
Edison, Thomas 16, 100, 106, 122  
EE 166  
eerlijkheid 59, 95, 109-110, 115, 122, 130, 136-137  
Einstein 160, 164  
elementaire behoeften 52, 54  
emobarometer 80  
emospectrum 82, 84-86  
emotie 58, 79, 83-84, 127, 140, 165, 167, 171  
emoties 57, 59, 77-86, 88, 93-94, 101, 112, 114, 154, 163-167, 169, 171, 176, 181  
emotioneel evenwicht 135, 163-169  
emotionele geheugen 83  
Emotionele Intelligentie 57, 83  
energie 19, 21, 72, 80, 86, 101-103, 110, 115-116, 118, 129, 131, 136, 149-156, 158-161, 163-164, 170, 172-173, 175
- EQ 83, 86  
Erasmus, Desiderius 39  
etikettering 88, 89, 92
- fax-effect 34  
feedback 62, 74, 101, 105, 107, 142-143  
filteren 88, 89, 92  
flow 115, 133  
focus 47, 74, 82, 105, 122, 140-142, 146, 155  
Ford, Debbie 73  
Ford, Henry 29, 50, 82, 99, 122, 174-175  
Franse Revolutie 19, 27  
Frères, Michelin 31  
frustratie 9, 20, 73, 109, 135, 142-144, 165, 169  
fysiek 24, 62, 65-67, 138, 152, 161-162  
fysieke toestand 177-179
- Gandolfo, Joe 106, 110, 181  
gedachtelezen 88, 91-92  
gedrag 57, 59, 61-62, 64, 84, 88-89, 94, 101, 114, 120, 124, 141, 162-163, 176, 179, 181  
geld 23-27, 36, 47, 50, 66, 89, 101-102, 122, 129, 137, 141, 147  
General Motors 51

REGISTER

- generalisaties 88, 89  
 gezellen 26  
 giftige, negatieve  
   emoties 84  
 gilden 24, 26, 47  
 gildenmeesters 26  
 Goleman, Daniel 83  
 Gong, Qi 154-155  
 Green, Elmer 79  
 groei 17-19, 27, 41, 97,  
   103, 181  
 groeiolven 15  
 groeisprong 18-20, 27, 49,  
   83  
  
 handelsnetwerk 23  
 handelsreiziger 29, 39  
 handelsroute 24  
 Hanzesteden 26  
 Hard selling 41-43, 57-59  
 harmonie 97, 101, 119,  
   136, 138-139  
 Hart Seller 93, 94, 116,  
   135, 172  
 Hart Selling-cirkel 59  
 hemisferen 168  
 Hermes 39  
 Hill, Napoleon 105-106,  
   122-123, 181  
 Hoogenband, Pieter van  
   den 11, 95  
 horigen 24  
  
 ICT 33  
 identiteit 59, 112-114,  
   116-117, 119-120, 177,  
   181  
 industriële golf 21, 27-28,  
   32-34, 36-37, 47  
 Industriële Revolutie  
   27-28, 39  
  
 informatie- en communi-  
   catietechnologie 33  
 informatiegolf 21, 32-37,  
   47, 109, 114  
 informatieprobleem 52  
 innovatiegolf 41  
 innovatieve producten 17,  
   28  
 innovators 18  
 interne rechter 88, 93, 124  
 internet 12, 18, 33-34, 37,  
   44, 51, 131, 147  
 introductie 7-8, 17-18, 21,  
   29, 44, 110, 112, 122-  
   123, 170, 175  
 IQ 83, 86  
  
 jaarmarkten 24  
 jagen 22  
  
 kamers 26, 47, 73-74, 85  
 kapitaal 27, 32, 37  
 Kennedy, John F. 147  
 kenniseconomie 32  
 kernkwadrant 67, 69-70,  
   125  
 kernkwaliteiten 67-69  
 klantgerichtheid 43-45, 59  
 klantvriendelijkheid 44  
 Kondratieff, Nikolaj 17  
 Kondratieff-cyclus 16  
 koopliden 23, 25, 39  
 koopproces 43  
 koppelaar 25  
 Kotler, Philip 16-19  
 krachttaal 173  
 kruiden 158  
 kruistochten 24  
 Kurtweill, Ray 35  
  
 kwaliteiten 59, 64-72, 75,  
   77-78, 92, 94, 112, 114,  
   127, 176, 181  
 kwaliteitenlijst 65, 67, 70  
  
 landeigenaren 24  
 late majority 19  
 Ledoux, Jozef 83  
 leerlingen 26  
 levensdoel 123  
 lichaamstaal 177  
 liefde 8, 73-74, 88, 93, 96,  
   102-103, 115, 119, 136,  
   139-140, 167, 169, 171,  
   181-182  
 Lincoln, Abraham 108,  
   147  
 loslaten 70, 74, 124,  
   145-146, 156, 169, 171  
 luxeartikelen 25  
  
 macht van het individu 43  
 Maltusiaanse dilemma 28  
 Mandela, Nelson 79, 114  
 marketentsters 25  
 marketingmix 44  
 Martina, Roy 76, 100, 104,  
   143, 148, 160, 163, 165-  
   167  
 Marx, Karl 32  
 Maslow, de piramide  
   van 54, 57  
 massafabricage 28-29  
 meesters 26  
 Mercurius 39  
 meridiaanpunten 165  
 meridianen 164  
 merken 18, 28-29, 32-33,  
   158, 162, 179  
 merkenverkoper 29  
  
 Metcalfe, Robert 37  
 mineralen 149, 154, 159  
 missie 59, 120-123, 126,  
   131-133, 146-147, 177,  
   181  
  
 Nashuatec 45  
 NCR 29  
 neo cortex 82-83  
 netwerk 34, 115  
 neutraliseren 75, 151, 159  
  
 Ofman, Daniel 67  
 omgeving 57, 59-61, 64,  
   69, 77, 86, 95, 113, 120,  
   129, 132, 138, 142, 154,  
   159, 170, 181  
 ontdekkingsreis 8, 11, 25,  
   54, 78, 93, 98, 119, 123,  
   156, 182  
 ontdooiing 50  
 oorsprong 7, 23, 44, 50,  
   69, 77, 86, 88, 113, 163  
 opleiding 36, 46, 77, 86,  
   113, 166, 171  
 opvoeding 77, 86, 108,  
   113, 131, 171  
 Orwell, George 37  
 overaanbod 36  
 overtuigingen 59, 94-95,  
   98-101, 103-107, 111-  
   112, 114, 172, 176, 181  
 oververhitting 33  
 overvloed 34, 36-37, 140  
  
 Patterson, John H. 29  
 persoonlijkheid 59-61, 64,  
   66-67, 69, 120  
 Philips 28, 31-32, 52, 172

REGISTER

- pionier 39, 47  
 prehistorie 21-24, 32  
 prestige 54-55, 97  
 principes 135, 15, 126, 135-136, 154  
 privé 65-66, 96-97, 111, 138, 161-162  
 produceren 27, 159  
 productiefactor 32, 37  
 productontwikkeling 41, 43  
 prosumptie 33-34
- Rackham, Howard 50  
 ratio 58, 82, 114, 136  
 rationale brein 83  
 reclame 26, 43-44, 113  
 recreatie 40, 131  
 Redfield, James 160  
 relatie-expert 47  
 respect 39, 54-55, 57, 95, 97, 115, 124, 139, 148, 181  
 resultaatspiraal 105  
 revolutiepoging 31  
 Robbins, Anthony 103, 160  
 Rogers, Everard 18  
 Rogers 16, 18-19  
 ruilhandel 22-23
- saboteurs 124-126  
 sales promotion 43  
 Sara Lee 44  
 Sara Lee/Douwe Egberts 36, 44  
 schaduwkwaliteiten 59, 64, 72, 77-78, 86, 104, 126, 176, 181  
 Scientific Management 32
- selling 8, 12, 39-47, 57-133, 135-179
- Sociaal Cultureel Planbureau 36  
 sociale behoeften 54, 55  
 Socrates 57  
 Soemeriërs 23  
 spiritueel 65-66, 102, 138, 161-162  
 sponsoring 43, 45  
 status 7, 25-27, 54-55  
 superkwadrant 70-71  
 synchroniciteit 146-147
- taal 135, 164, 170-175, 178-179  
 talenten 64, 66-67, 101, 126-127, 147  
 telefonische verkoop 45  
 tijd en prioriteit 36  
 tijd- en ruimteonafhankelijk 34  
 tijdsbeleving 34, 36  
 Titanic 52-53  
 toevalligheden 50, 147-148  
 Toffler, Alvin 16  
 trainingsbureaus 42, 115  
 Troelstra 31
- uitdagingen 67  
 Unox 44
- vak- en arbeidersbeweging 31  
 valkuilen 67, 107  
 Van den Bergh & Jurgens 28  
 Van Houten 28
- vasten 158  
 veiligheid 21, 43, 53, 55, 131  
 verbale en non-verbale communicatie 172  
 verborgen boodschappen 171-172  
 Vereenigde Oost-Indische Compagnie 26-27  
 vermogens 64, 83, 106, 160  
 verpersoonlijking 88, 91-92  
 versterkende overtuigingen 103-105  
 vertrouwen 12, 57, 68, 95, 101-102, 107, 110, 115-116, 120, 124, 132, 135, 140, 144-146, 156, 166, 169  
 vitaliteit 97, 135, 148-153, 155-156, 160, 163  
 vitamines 154, 159  
 VOC 26-27  
 voedend woord 174  
 voedende, positieve emoties 84  
 volwassenheid 15, 17-18  
 vraag 24-26, 28, 33-34, 40-42, 44, 47, 49, 58-59, 61-62, 66, 69-70, 75, 79-81, 84, 97, 99, 104-105, 111, 113, 118, 120-123, 128-130, 133, 138, 141, 146-147, 151, 158, 160, 170, 178, 182  
 vrije radicalen 158-159
- waardekstens 45
- waarden 23, 43, 47, 59, 94-99, 103, 112, 114, 126, 135-136, 154, 176, 181  
 waardenladder 96-97  
 waardering 45, 54-55, 143-144  
 waarheid 50, 67, 72, 88, 100, 102, 137-138, 177  
 Wage, Jan 42  
 Walsch, Neale Donald 137, 160  
 Windows 18, 20, 95  
 World Online 109  
 World Wide Web 37
- yin en yang 159, 163-164
- zakelijk 62, 65, 97, 138, 161-162  
 zeeroverij 25  
 zegeningen 62-63  
 zelfbeschuldiging 88, 90, 92  
 zelfverwerkelijking 57  
 zwart-witdenken 88, 90, 92



De klant gaat kopen zodra u niet langer op verkopen gericht bent maar op de klant of op het product. Wanneer u uw hartstocht kunt overbrengen, stimuleert u daarmee uw klant tot kopen. In de praktijk leidt Hart Selling® tot meer succes, meer resultaat, met minder moeite en met meer plezier.

Hart Selling® is een essentieel nieuwe manier van verkopen. Het levert langdurig resultaat op omdat u er zowel uw rust als uw kracht mee vergroot, een unieke combinatie. Het verhoogt uw scoringskansen en het kost minder moeite. Het maakt u alerter, sneller, bezielder, rustiger, enthousiaster én beter gemotiveerd. Het is als verkopen met de stroom mee in plaats van tegen de stroom in.

Hart Selling® is de samenvatting van de jarenlange zoektocht van Arnold Steenbeek naar een natuurlijker manier van verkopen.



## HART SELLING: liefde te koop?

Moet u ook steeds meer verkopen? Worden uw targets en de druk ook steeds hoger? Krijgt u ook steeds meer producten in uw pakket? Voelt u ook dat de concurrentie steeds feller wordt? Heeft u ook steeds vaker de behoefte om eens een tijdje helemaal niets te doen?

Als u zich in een van deze vragen herkent, dan is *Hart Selling* een boek voor u. Met dit boek leert u hoe u minder moet en daardoor meer 'ontmoet'. U werkt minder hard, doordat u meer vanuit uw hart werkt. Met Hart Selling® verkoopt u moeiteloos meer.

De kern van Hart Selling® is de menselijke benadering, en dat is precies wat u nu nodig hebt. Hard Selling (hard en zakelijk) en Smart Selling (slim en technologisch) voldoen niet meer in de eenentwintigste eeuw.

Met Hart Selling® kunt u weer uzelf zijn en daaraan uw kracht en successen ontlenuen. U voelt minder druk, u presteert op een soepeler manier en u houdt het langer vol. Kortom, Hart Selling® is een wezenlijk nieuwe manier van helpen kopen.