

Leiders en volgers

In zijn onderzoek 'The Art of Followership' bestudeerde Jamie Anderson het gedrag van mensen op social media. Hij vroeg zich af: "Wat maakt nu precies dat men iemand gaat volgen?". Anders geformuleerd: wat moet je doen om volgers voor je te winnen?

Anderson bestudeerde het gedrag en de patronen die mensen doen die veel volgers hebben. Ook verdiepte hij zich in wat deze mensen anders doen dan mensen die weinig of minder volgers hebben. Uiteindelijk verbrede Anderson zijn onderzoek en onderzocht ook het gedrag van toonaangevende leiders in de wereld, succesvolle leiders in de zakenwereld, popsterren en andere beroemdheden. Denk aan Mahatma Gandhi, Dalai Lama, Lady Gaga, Steve Jobs, enzovoorts. Wat doen de zakelijke visionairs, de toonaangevende artiesten, de idealisten en wereldverbeteraars precies, waardoor ze wereldwijd vele volgers krijgen? Wat maakt dat ze niet alleen volgers krijgen maar dat ze deze ook behouden?

Wat is de chemie tussen leiders en volgers? Dat is relevant om te weten als je iets wilt bereiken in de wereld, in je land, in je organisatie, in je sector, in de muziek, de modewereld of waar je dan ook werkt of bezig bent. Het is nu eenmaal zo dat je als 'leider' slechts een einzelgänger bent als je geen volgers voor je weet te winnen en te houden. Dat is de reden dat Anderson ieder talent en iedere leider die iets wil bereiken de kernvraag van zijn onderzoek stelt:

"Waarom zou ik je volgen?".

Heb jij als professional of leidinggevende op die vraag een pasklaar antwoord?

Resultaten van het onderzoek: wat doen de succesvolle leiders?

Het antwoord op die kernvraag blijkt niet zo heel ingewikkeld te zijn. Anderson concludeerde dat er drie elementen onderscheidend zijn in de chemie tussen leiders en volgers:

1. De identiteit van de leider, zijn/haar authenticiteit;
2. Hoe de leider zich verbindt met de volgers, met het collectief;
3. Het toekomstbeeld of de visie die de leider uitdraagt.

Vanuit de patronen die leiders en professionals doen op social media en daarbuiten adviseert Anderson als volgt:

- **Weet wie je bent en draag dat uit.** Wees bewust van je roots, waar je vandaan komt, je geschiedenis en wat je gevormd heeft. Wees jezelf, wees authentiek. Geef je identiteit op eigen wijze vorm in alles wat je doet: in je taal, je kleding, je werk, enzovoort. Doe je niet anders voor dan je bent, zet geen beeld van jezelf neer dat de

ander van je verlangt, maar wees trouw aan jezelf in je gedrag.

En Anderson is niet de enige die dit advies geeft. Bijvoorbeeld Vandamme, hij is ervan overtuigd dat we bewust met de ontwikkeling van onze identiteit bezig moeten zijn, dit is een cruciaal element in onze professionele en persoonlijke ontwikkeling.

Ga eens op onderzoek uit en beschrijf jezelf, bijvoorbeeld aan de hand van de volgende vragen:

- Wie ben je? Wat is je afkomst? Wat kenmerkt jou?
 - Waar sta/ga je voor? Welke waarden, idealen?
 - Waarin ben je authentiek en misschien wel onderscheidend of toonaangevend in relatie tot je omgeving of de mensen aan wie je inhoudelijk of hiërarchisch leiding geeft?
 - Wat is je kracht, waarin ben je beter of anders dan de mensen om je heen? En wat is je kwetsbaarheid, wat kun je niet (goed)?
 - Past de wijze waarop je je kleed acht bij jou, of meer bij wat er van je verwacht wordt in een bepaalde context of omgeving. Wat zou je anders doen als je hierin 'vrij' zou zijn van verwachtingen?
- **Verbind je bewust aan anderen.** Weet wat je deelt met anderen, zie wat de identiteit van het grotere geheel is. Draag uit dat je bij dezelfde groep behoort als de mensen waaraan je leiding geeft. Schep een beeld van de groep waarmee anderen om je heen zich kunnen identificeren. Vertel daartoe waarin je gelijk bent aan de ander: welke idealen, normen en gedrag deel je als groep met elkaar. Hierdoor kan men zich met jou en met de groep verbinden. Er kan een gevoel groeien van 'daar wil ik bij horen'. Stel je als leider zeker niet boven de ander, maar verhelder datgene waarin je elkaars gelijke bent. Draag dat keer op keer uit in je verhalen en je gedrag. Vanuit het ontwikkelingsgerichte gedachtegoed is dit element, de verbondenheid met het collectief, eveneens een fundamenteel element. Vandamme benadrukt: wees je bewust van het grotere geheel waar je deel van uit maakt en draag daar bewust aan bij. De volgende vragen kunnen je helpen. Verplaats je in de mensen waaraan je leiding geeft:
 - Wie zijn wij als team, als organisatie?
 - Wat vormt de identiteit van onze (grote) groep mensen?
 - Waarin zijn wij gelijk als mens?
 - Welke waarden, normen, kenmerken, gedrag of idealen delen we?
 - Wat maakt ons als groep, team of organisatie uniek? Wat onderscheidt ons van andere teams of organisaties?
 - Hoe is dat unieke dat ons bindt zichtbaar in hoe we ons uiten in taal, kleding, architectuur, kunst, diensten, enzovoorts?
 - **Draag je missie en visie uit en maak ze aantrekkelijk.** Vertel wat je persoonlijke missie is, waar je voor gaat in je werk of in het leven. Vertel wat je wilt bereiken met

je team, je organisatie, het land of je sector. Besef daarbij dat - wanneer je mensen wilt enthousiasmeren en motiveren om met je mee te werken - nederigheid beter werkt dan macht. Je bent niets zonder je volgers, je bereikt een missie onmogelijk zonder de bijdragen van de mensen om je heen. Je teamleden of professionals in je organisatie spelen een onmisbare rol. Anderson ontdekte dat mensen die 'humble' (nederig) kunnen zijn aantrekkelijker zijn om te volgen. Veel artiesten beseffen dit goed en uiten dat soms ook letterlijk: 'I wouldn't be on this stage if you didn't buy my music'. En ook in de zakenwereld speelt dit. Benoem als leidinggevende de onmisbare bijdrage van anderen heel concreet. Professionals willen namelijk weten hoe ze hun bijdrage leveren aan de gezamenlijke doelstelling. Ze willen weten welke plek het resultaat van hun inspanningen uiteindelijk heeft in het bedrijfsresultaat!

In de Ontwikkelingsgerichte benadering zouden we de missie van de leider het 'project' noemen en ben je als leidinggevende vervolgens coachend en dienend aan de professionals die het je mogelijk maken deze waar te maken. Kortom: je bent jezelf als leidinggevende verplicht te bedenken welk doel je nastreeft maar ook te erkennen waarin je professionals precies onmisbaar zijn.

Ter ondersteuning de volgende vragen:

- Wat is jouw persoonlijke droom of je missie als leider? Welke toekomst zie je voor je team of voor je organisatie?
- Wat is er spannend, leuk, uitdagend of prikkelend aan die missie?
- Waarom ga jij er persoonlijk voor? Waarom krijg jij er persoonlijk energie van en waarom zou een ander er ook voor moeten gaan?
- Welke onmisbare rol spelen je teamleden, de managers in je MT of de professionals in je organisatie in het behalen van de missie?
- Kun je ieders bijdrage per persoon, functie of rol heel concreet benoemen?

Wanneer je op deze drie sporen je zelfonderzoek gedaan hebt kun je uiteindelijk een 'leiderschapspitch' maken van maximaal een minuut, waarin je het antwoord op Anderson's vraag geeft:

"Ik ben ... en ik sta voor.... Mijn kracht is ... mijn kwetsbaarheid

Wat ik met je deel is Mijn droom/missie is ... en daar heb ik jou bij nodig, omdat"

Merk op dat de volgorde niet uit maakt. Maar ook dat je pitch geen truc of spel wordt, door een kunstje wordt subiet heen geprikt! Afhankelijk van de context en wie je voor je hebt kun je aanpassingen doen, zolang je maar authentiek, oprecht en eerlijk bent in je verhaal.

Meer handvatten om vanuit authenticiteit mensen te raken

- You are the message (R. Ailes)
- De kracht van storytelling (C. Gallo)
- Begin met het Waarom (S. Sinek)