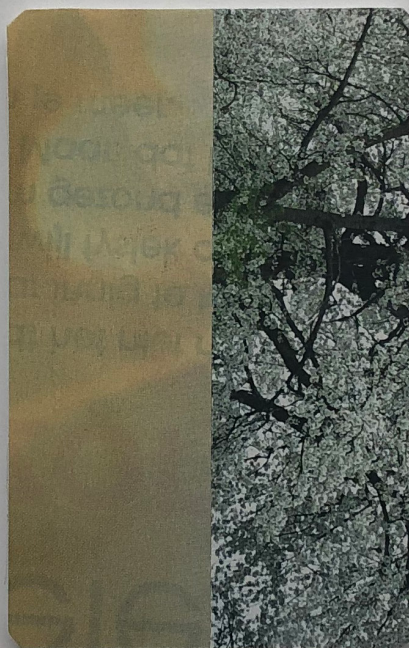




PERCEPTIE & EXPEDITIE

Marc Mestdagh

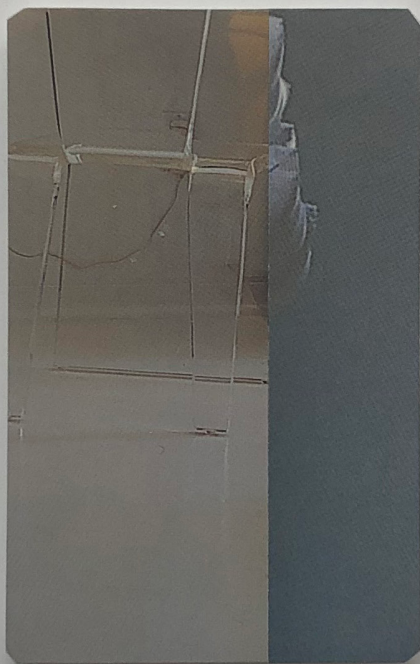
PERCEPTIE & EXPEDITIE

Als we kijken naar hoe mensen zich verbinden met elkaar of binnen een groep dan stellen we telkens opnieuw de spanning vast tussen het eigenbelang en het belang van de groep.

Om de juiste balans te vinden tussen de *What's in it for me?* en de *What's in it for us?* is het belangrijk om in te zien dat er twee uitdagingen een rol spelen: hoe we naar elkaar en naar de dingen kijken (**perceptie**) en hoe we op een constructieve manier handelen en samenwerken om tot toegevoegde waarde te komen (**expeditie**).

Centraal hierbij staan het gebruik van de **dialogoog** en het deel uitmaken van een **community**. Bij voorkeur wordt dit proces begeleid door een sterke gids (**empowerment professional**).

We kunnen dit **creatief** benaderen vanuit taal of vanuit beeld. In mijn geval lopen beide door elkaar in mijn werk als adviseur en facilitator.



CREATIEF

Er is een misvatting over creativiteit alsof het gewoon anders-zijn is omwille van het anders-zijn, bijvoorbeeld in een eng artistieke interpretatie. **Creativiteit is dingen anders bekijken, anders doen, dingen combineren om nieuwe waarde te creëren.** Het is een vaardigheid die we kunnen ontwikkelen en waarbij we gefocust instrumenten (taal, beeld, processen, technieken) inzetten om het juiste inzicht te krijgen en te leren denken in termen van mogelijkheden (perceptie). Tijdens het proces en in de interactie ontwerpen we zo nieuwe dingen die gericht zijn op waarde en op de toekomst. De reis wordt zo minstens even belangrijk als de bestemming (expeditie).

De op ware grootte afgebeelde **collages** maken deel uit van het project **Dialogen** (2010-2019), een zoektocht naar creatieve identiteit, waarbij het 'beeld' geëvolueerd is tot dat van de 'creatieve ID-card', naar analogie met een creditcard, rijbewijs, badge. Het is een sleutel om anders te durven kijken (perceptie), maar ook om vanuit een bredere dialoog nieuwe zaken te verkennen en samen met anderen creatieve, waardevolle en maatschappelijk relevante dingen te doen (expeditie).

Creatief handelen zorgt voor een wenkend perspectief dat verbindend is en mensen hoop en inspiratie geeft. Voorwaarde is dat we vanuit de juiste perceptie de expeditie aanvatten. We hebben allemaal die creatieve sleutel in handen.



Debat

Je haalt gelijk door de ander te overtuigen van je mening met data en harde feiten.

Luisteren is wachten tot je zelf weer aan het woord kan komen. Je hoort enkel wat je nodig hebt voor je eigen argumentatie.

Finaal is er een winnaar en een verliezer. In het beste geval is er een compromis.
Niemand is tegen.

PERCEPTIE

Om zeker te zijn dat we allemaal dezelfde taal spreken, en op dezelfde manier naar de dingen kijken, vooraleer creatief nieuwe zaken te verkennen, kunnen we gebruik maken van de **dialogoog**. Zo krijgen we alle nuances, mogelijke knelpunten, maar ook opportuniteiten op tafel.

Het is daarbij belangrijk om **vragen** te stellen:
"Antwoorden zetten een punt, sluiten processen af, beëindigen acties en zetten de zaak stil. Vragen, daarentegen, richten de aandacht, mobiliseren energie, zetten aan tot actie en brengen de zaak in beweging."
(Verhoeven)

Dialogoog

Je raakt de ander met een verbindend en inspirerend perspectief. Iedere stem telt.

Luisteren is op de eerste plaats nieuwe dingen leren. Als je spreekt herhaal je enkel wat je al weet.

Je gaat samen op zoek naar meerstemmigheid, een win-win voor beide partijen.
Iedereen is voor.



EXPEDITIE

Het inzetten van de collectieve kracht en intelligentie van de deelnemers om samen met de groep, maar ook ten voordele van anderen, vorm te geven aan zowel individuele als collectieve uitdagingen.

Het brengt de deelnemers waar ze nog niet wisten dat ze moesten zijn.

1. Vanuit een **collectieve ambitie** wil een groep samen een expeditie aanvatten om een specifieke uitdaging aan te gaan.
2. De **verkenningfase** kent een strak format inzake verwachtingenmanagement: waarom, wie, wat, hoe?
3. Het **traject** wordt grotendeels bepaald door de deelnemers zelf. De reis is minstens even belangrijk als de bestemming, al is die wel richtinggevend.
4. Het proces is **co-creatief** en zet in op de kracht en de kennis van de deelnemers.
5. De **gids** faciliteert en zorgt voor een veilige, inspirerende omgeving en een permanente betrokkenheid, onder meer door eigen en externe kennis en expertise in te brengen.
6. Het **resultaat** of 'outcome' is er niet enkel voor de deelnemers maar ook voor anderen en de bredere organisatie.
7. Een expeditie neemt **tijd** maar is geen tijdverlies.







Lid zijn van een community verbindt persoonlijke ambities met de wil om samen met anderen een wezenlijk verschil te maken

NETWERK

Leuke ervaring

Leuk vinden lid te zijn en deel te nemen aan de werking (output)

Connecteren

Linken met anderen, fysiek en online (netwerken, social media)

Informatie en kennis

Kennis en ervaring opdoen (informatie vanuit netwerk, opleidingen)

Deelnemen aan

Meerwaarde door deel te nemen en mee te werken aan groepsactiviteiten

Veiligheidsgevoel

Veilige omgeving benutten om je activiteiten uit te voeren ('verzekering')

COMMUNITY

+ Zingevend doel

Doelstelling is de collectieve ambitie mee te helpen realiseren (outcome)

+ Thuishoren

Elkaar kennen, vertrouwen en bij elkaar 'thuiskomen' (fysiek en online)

+ Inzetbare expertise

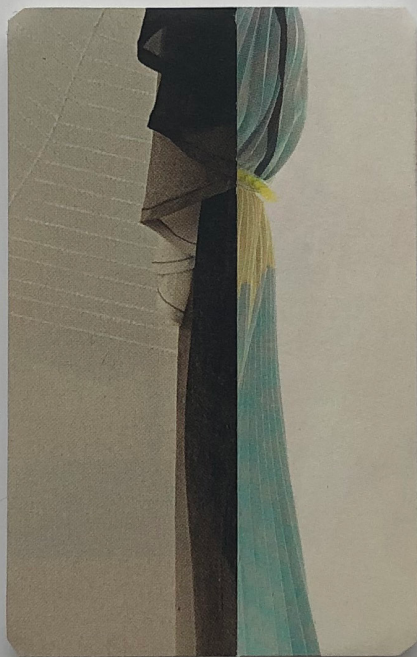
Gezamenlijke ontwikkeling van direct inzetbare kennis

+ Bijdragen tot

Samen nieuwe en innovatieve dingen doen (co-creatie)

+ Toekomstverkennend

Proactief en vanuit de community een duurzame toekomst opzoeken



EMPOWERMENT PROFESSIONAL

De **gids** van de Expeditie neemt in de praktijk één van de vele gedaantes van dienstverlenende kenniswerkers aan: facilitator, coach, consultant, procesbegeleider, organisatieadviseur.

Het is eerder een rol die iemand opneemt dan wel een volwaardig beroep.

Kenmerken:

1. Is **professioneel**, integer en efficiënt van aanpak, wat moet leiden tot vertrouwen in de samenwerking.
2. Zet passende **methodieken** (werkvormen) in om tot verbinding te komen, zowel binnen de groep als met externen.
3. Heeft **inhoudelijke kennis** en wendt die ook aan zonder daarmee al te sturend te zijn.
4. Werkt aan een **collectieve ambitie** wat leidt tot zowel persoonlijke voldoening en ontwikkeling als organisatie georiënteerde resultaten.
5. Stelt het realiseren van **toegevoegde waarde** centraal: de taart wordt niet beter verdeeld maar groter gemaakt. Er wordt gewerkt in termen van mogelijkheden (co-creatie).
6. Gaat voor resultaten die maatschappelijk relevant, duurzaam en vooral '**outcome**' gericht zijn.
7. Is bewust van de noodzaak tot **levenslang leren** en praktijkuitwisseling (onder meer via collega-netwerk of ledenorganisatie).



AAN DE SLAG

Als de perceptie bij iedereen juist zit, is het tijd voor actie.

Enkele voorbeelden waar Expedities hun nut bewijzen.

Leden van een werkgroep in een beroepsvereniging willen de meetings interessanter en vooral interactiever maken en laten evolueren tot lerende netwerken.

Een intern team staat voor een belangrijk project met een zware deadline. Alleen samen kan die worden gehaald.

Een groep vrienden wil hun vrijwillige inspanningen voor een goed doel van een lokale vzw optimaal inzetten.

Een *business developer* of *alliance manager* zoekt de best mogelijke samenwerking met een hele resem actoren.

Een ondernemer zoekt frisse ideeën en doet hiervoor beroep op de expertise van zijn klanten én leveranciers.

De overheid wil voor een belangrijk project een klassiek opgezette stuurgroep een grotere bijdrage laten leveren.

Een Raad van Bestuur neemt zich voor een vernieuwende toekomstvisie uit te zetten in overleg met de leden.

Enkele amateurkunstenaars willen een duidelijk onderscheidende groepstentoonstelling opbouwen.

Een omgevingsmanager kijkt tegen een complex project aan en zoekt optimale participatie van alle betrokkenen.

Vier sectororganisaties willen meer gaan samenwerken, zonder daarom hun eigenheid en autonomie te verliezen. Ze definiëren hun aanpak vanuit een Expeditie-traject.

HOE KAN IK JE HELPEN?

Ik heb als bedrijfsleider van 2Mpact, gespecialiseerd in 'Empowering Communities', meer dan 20 jaar ervaring met verenigingen en community's. Uitvoerend als directeur/coördinator maar ook als extern adviseur of onafhankelijk bestuurder. Ik ben oprichter en bezieler van BSAE (Vereniging van Verenigingsprofessionals).

Ik heb de methodiek van Expedities vanuit de concrete praktijk ontwikkeld.

Hierna vind je drie mogelijke scenario's waarbij ik van dienst kan zijn. Ik zorg telkens voor voldoende kennisoverdracht zodat je zelf verder aan de slag kan!

1. Je denkt dat de **aanpak van Expedities** zinvol zou kunnen zijn voor jezelf of binnen jouw organisatie.
Ik kan helpen met het verkennen van opportuniteiten en het in kaart brengen van de inspanningen die nodig zullen zijn.
2. Je herkent jezelf of een collega in **de rol van de Empowerment Professional** en het is wenselijk om die specifieke kennis en vaardigheden te verwerven of verder aan te scherpen.
Ik kan helpen met advies en opleidingen. Dit kan één op één of voor een beperkte groep in de organisatie.
3. Je wil een **breder kijk op de methodiek** en ook leren uit ervaringen van anderen.
Ik geef regelmatig 'open opleidingen en trainingen' (onder meer voor de BSAE Academy).

Meer info, referenties, achtergrondliteratuur en data van opleidingen op www.marcmestdagh.be/EXP

Deze publicatie kwam tot stand met dank aan:

2mpact •

EMPOWERING COMMUNITIES

2Mpact begeleidt en ondersteunt community's (ledenverenigingen, beroepsverenigingen, sectororganisaties, samenwerkingsverbanden van professionals) zodat ze hun maatschappelijk relevante ambities en doelstellingen op een professionele, sociale en duurzame manier kunnen realiseren.

2Mpact 'ontzorgt' organisaties door taken op zich te nemen op het vlak van administratie, het organiseren van bijeenkomsten, opleidingen en events, en de interne en externe communicatie. Dit gebeurt onder de vorm van een flexibele 'shared services' aanpak.

2Mpact ondersteunt via Marc Mestdagh organisaties op het vlak van verenigingsadvies en procesbegeleiding (facilitatie) zoals de voornoemde Expedities.

Contact: info@2mpact.be of tel. 09 233 48 66

2Mpact nv - Kerkstraat 108 - 9050 Gentbrugge - www.2mpact.be

Perceptie en Expeditie - editie v1 (augustus 2019)

© Marc Mestdagh p/a 2Mpact nv - Kerkstraat 108 - 9050 Gentbrugge

Andere publicaties: Professional Professional (2017) en Gold Member (2018)

Meer artikels en inspiratie op: www.marcmestdagh.be

De opgenomen Dialogoog-collages komen uit de reeks "X" (2019). Website: www.artfm.be

