

Heeft inkoop andere inkopers nodig?

Het boek van Jeroen van de Rijt en Sicco Santema *Prestatie-inkoop, wie steekt er boven het maaiveld uit?* beschrijft een paradigmaverandering naar het loslaten van minimale normen, het loslaten van inspectie en controle en het overdragen van risico's naar degene die het beste in staat is ze te minimaliseren. Naast een andere methodiek vraagt dat om ander gedrag van de inkoper, interactie, vertrouwen, loyaliteit en openheid. Wat betekent deze verandering voor inkopend Nederland? Zijn inkopers in staat hun traditionele inkoopgedrag mee te veranderen, of vraagt prestatie-inkoop om andere inkopers?

Van de Rijt en Santema zijn niet de eersten die een dergelijk geluid laten horen. Buter e.a. trokken jaren geleden al de aandacht met de titel van hun artikel *Ontbrekende soft skills worden harde struikelblokken*. Veel recenter uitte Frank Rozemeijer de noodzaak van vertrouwen door de bijzondere metafoor met de tango. Het verwachte resultaat, een run op het aanbod van training en coaching op gebied van communicatie, professionalisering en persoonlijke effectiviteit, bleef uit. Dat wordt ook gesteld door Gerco Rietveld. Eén jaar nadat zijn boek werd uitgeroepen tot Managementboek van het Jaar geeft hij aan dat enthousiaste reacties niet perse betekenen dat bij alle inkopers het kwartje ook daadwerkelijk valt. Kortom: de behoefte aan personalitymanagement wordt door vele inkoopgoeroes al jaren benadrukt. Wat maakt nu dat traditionele inkopers zich toch voornamelijk blijven richten op de inkooptechnische kant van hun vak?

Communicatietheorie

Binnen opleidingstrajecten gaat de meeste aandacht uit naar nieuwe kennis vergaren, waarbij met name het IQ wordt aangesproken. Zelfs wanneer beroepshouding, communicatie en gedrag centraal staan, wordt dit veelal aangeboden in een leervorm gericht op het IQ. Vrijwel elke inkoper is bekend met een theoretisch model op gebied van communicatie: Belbin, de Bono, Kolb, Kernkwadrant, conflict- en adviesstijlen, veranderkleuren, drijfveren, DOCN-persoonlijkheidsmodellen, dynamische oordeelsvorming, Roos van Leary,

you name it! Stuk voor stuk modellen die eenvoudig weergeven welk gedrag in een gegeven situatie meer effect zal opleveren. De theorie van de communicatiemodellen is duidelijk en sluit naadloos aan op de boodschap van de inkoopgoeroes: meer procesgericht werken, meer aandacht en ruimte voor de ander, betere aansluiting bij uw tegenpolen, werkelijk luisteren naar de ander, et cetera. Inkopend Nederland heeft het IQ wel om de boodschap te begrijpen, maar is dat genoeg om ons gedrag in de dagelijkse inkooppraktijk te veranderen?

Spirituele Intelligentie

Na IQ en EQ is nog een andere vorm van intelligentie in opmars: spirituele intelligentie ofwel SQ. Spirituele intelligentie betreft het vermogen om levensvragen en zingeving aan te pakken. Het gaat om verbindend denken: bezieling, creativiteit, inzicht en intuïtief vermogen. De Amerikaanse psycholoog Maslow beschreef het als een spirituele gemoedstoestand waarin een mens creatief, speels, vrolijk en tolerant is en anderen graag helpt om hetzelfde te bereiken. Ieder mens heeft alle drie de vormen van intelligentie in zich, alleen varieert de onderlinge verhouding, de mate waarin en de manier waarop. Iemand met een hoog IQ kan een laag EQ en SQ hebben en vice versa. De spirituele intelligentie is overigens niet perse hoger bij gelovige, idealistische of spiritueel georiënteerde mensen.

SQ wordt gezien als het vermogen om ons handelen in een ruimere context te plaatsen. Het is de intelligentie waarmee we bepalen wat werkelijk bij ons past. Of de ene handelswijze zinvoller is dan de andere. SQ is daarmee de intelligentie die groei en ontwikkeling van mensen aandrijft. Daarbij gaat het om het leren kijken naar beperkende overtuigingen, stilstaan bij ervaringen en een sterker bewustzijn van de eigen kracht ontwikkelen. Het gaat er niet alleen om een model te begrijpen, maar werkelijk te voelen wat de betekenis ervan is voor de persoonlijke situatie. De toegevoegde waarde van spirituele intelligentie is indirect merkbaar door een verhoging van de motivatie en creativiteit, vermindering van conflicten en betere samenwerking. En dat is nou precies wat inkoop in zijn ontwikkeling nodig heeft.

VERANDERTIPS

1. Plan in uw agenda tijd voor momenten van zelfreflectie.
2. Organiseer intervisiebijeenkomsten met vakgenoten en maak daarbij gebruik van een praktische methodiek.
3. Bedwing uw eerste 'ja-maar'-reactie bij het ontvangen van feedback.
4. Stel uzelf verschillende soorten vragen gericht op zowel doel, middelen, feiten en beleving, of zoek een coach die helpt om de juiste vragen te stellen.
5. Kies eens voor een training waarbij persoonlijke effectiviteit centraal staat in plaats van uw vakkennis.

Om in de praktijk te kunnen veranderen, moet de spirituele intelligentie van de inkoper meer worden aangesproken. Daarvoor is rust, lef en zelfvertrouwen nodig. Ingewikkeld? Met de tips uit het kader kan elke inkoper meteen aan de slag. Paul de Blot, hoogleraar businessspiritualiteit aan Nyenrode, schreef onder meer het boek *Zelfmanagement voor de ziel - Spiritualiteit voor een gezond, gelukkig en creatief leven*. Dit boek nodigt uit om diepere lagen in jezelf te ontdekken. Niet zweverig, maar met beide benen op de grond. Het spreekt de lezer aan op zijn innerlijke kracht om leven en werk als zinvol te ervaren.

Stellig advies

De boodschap is: inkoper, gun uzelf dat moment van reflectie waarmee mensen door veranderingen worden geleid. Iedereen is in staat om te veranderen. Met het vertrouwen in jezelf komt ook dat vertrouwen in de ander, met het bijbehorende gedrag.

De ironie van deze boodschap is misschien wel dat ik hiermee opnieuw een stellig advies geef, terwijl we inmiddels wel weten dat een stellige stijl van overtuigen juist geen verandering te weegbrengt. Wat hebt u nodig om uzelf werkelijk te laten overtuigen om mee te veranderen? Waarmee kan ik u verleiden eens stil te staan bij uw eigen talenten? ●

Els Ruiter is kennismanager/trainer bij NEVI.