

Wow-factor: “Tevreden klanten zijn niet genoeg, je moet fans creëren”

22-02-2023 07:00



Ernst-Jan, kun vertellen wie je bent en wat jij de afgelopen jaren hebt gedaan?

“Ik ben Ernst-Jan Hondsmers, recent 55 jaar geworden en woonachtig in de Krimpenerwaard. Trotse vader van een prachtige zoon en dochter, beide studierend. Ik heb sinds ruim 4 jaar een LAT-relatie. Als kind van een ambtenaar en een directiesecretaresse ben ik niet geboren met ondernemersbloed. Mijn broer is de academische kant opgegaan en ik zocht naar een praktische opleiding die mij afwisseling en uitdaging bracht. Die heb ik gevonden in de Hotelschool Den Haag. Een geweldige opleiding waar het infuus van gastvrijheid en ondernemerschap werd ingebracht. Na vele omzwervingen in binnen- en buitenland, op zoek naar mijn bestemming, waagde ik uiteindelijk toch de stap als zelfstandig ondernemer. Begin 2011 heb ik Splend!d Consultancy opgericht, in 2014 gevolgd door Splend!d Survey, samen met een tandarts/compagnon, in de dentale branche.”

Hoe was de periode van COVID voor jou?

“Daar kan ik kort over zijn: ongekend heftig. Het is meer mijn koppigheid en ‘niet tegen mijn verlies kunnen’ dan gezond verstand die mij er doorheen hebben gesleept. Als je als zzp’er twee jaar achtereen ruim 80% van je omzet ziet verdampen slaat de bezorgdheid natuurlijk wel toe. En toch; ik ben er nog.”

Schakelde je niet over naar online-trainingen?

“Logische vraag: uiteraard is dat dan een stap om een deel te compenseren van je wegvloeiende omzet. Echter, online trainen en coachen vergt compleet andere vaardigheden dan face-to-face. En daar zat ik dan; wil ik dit wel? Ik zie mijzelf als een soort digibeet en moest noodgedwongen skills gaan aanleren om online te kunnen overleven. Ik wist dondersgoed dat ik geen keuze had, en toch.... Mijn vriendin is daarin een belangrijke trigger geweest en nu kan ik trots zeggen dat ik online op vier verschillende platforms blindelings mijn weg weet te vinden. Het heeft mij dus verrijkt in mijn aanbod naar mijn klanten.”

Jouw trainingen zijn specifiek gericht op leiderschap, hospitality, coaching en teamontwikkeling. Jij ziet mensen veranderen met succes. Kun je daar iets meer over vertellen?

“Veranderen doe je zelf. Het vindt zijn oorsprong diep in onszelf: onze wil om iets te doen, onze behoeften en verlangens geven prikkels aan ons gedrag. Als door mijn interventies en gesprekken mensen aan het denken worden gezet en hen raken in dat specifieke gedeelte van hun mens-zijn dan kan er iets moois gebeuren. Managers die echte leiders worden omdat ze realiseren dat ze het jarenlang gedaan hebben vanuit eigen behoeften en inzien dat de behoeften van medewerkers leidend zijn voor hun leiderschapsgedrag. Het begint met erkenning dat je het anders wilt op bepaalde punten, de ‘wat’, en door hulp te aanvaarden in het ‘hoe’ dat dan vorm te geven zie je mensen inderdaad hele mooie stappen maken in hun persoonlijke effectiviteit. Daar is moed voor nodig, maar het meervoud van lef = leven.”

Zie jij verschillen van trainingen aan corporate organisaties, familiebedrijven of overheidsinstanties?

“Zeer zeker. Corporate is best afstandelijk, groot in opzet, vaak large-scale-interventions; grotere aantallen deelnemers per sessie. Weinig persoonlijke impact. Overheid is daarin heel anders, ook wordt daar ander gedrag van mij gevraagd met betrekking tot confronteren, spiegelen en stellen van pittige vragen in bepaalde sessies. Men wil graag op een prettige manier een training beleven, vaak parallel aan de sociale cultuur van de organisatie. En ja, familiebedrijven zijn een feest om mee te mogen werken. Direct contact met de directeur-grotaandeelhouder met betrekking tot beoogde doelstelling van mijn aanwezigheid. Geeft zelf vaak het goede voorbeeld door te participeren in de training en laat zich ook graag coachen omdat zijn gedrag als norm wordt gezien. Familiebedrijven zijn flexibel en laagdrempelig en dat communiceert heel prettig. Persoonlijk contact bouwt de relatie en heeft direct impact op de bedrijfsvoering.”

Wat ervaren jouw opdrachtgevers op termijn?

“Aan de top komen is vaak niet zo moeilijk, daar blijven is veel lastiger. Dus een gaaf trainingstraject brengt je organisatie of team vaak naar een hoger plan, maar hoe blijf je daar dan? Als je in de basis wilt spelen moet je beter zijn dan de reservespelers op de bank. Daarvoor moet je zelf constant op hoog niveau blijven trainen en spelen. Dit voorbeeld herkent iedereen. Dus duurzaam investeren in het welzijn van je medewerkers loont absoluut. Regelmatig oprispen van de competenties en het commitment van je medewerkers(sters) en jezelf als eigenaar of leidinggevende is in mijn ogen dan ook een soort secundaire arbeidsvoorwaarde. Ik heb met mijn meeste opdrachtgevers een langdurige relatie, ook in COVID-tijd hebben we regelmatig contact gehouden over hoe het ging, ook al hebben zij mij tijdelijk moeten parkeren. Een duurzame relatie overleeft dat, en dat blijkt.”

Waar loop jij tegen aan als je praat over trainingen?

“Dat is een vraag waarop een lang antwoord mogelijk is maar ik zal het samenvatten. Ik merk vaak dat een HR-afdeling niet supporting is naar de afdelingen binnen de organisatie maar meer als een soort aparte business-

unit opereert. Als je echt gericht je mensen wilt ontwikkelen moet je uitvragen wat de behoeften zijn van deze medewerkers(sters) en daar je in te kopen producten op afstemmen. Dat gebeurt in de praktijk veel te weinig waardoor trainingen worden aangeboden waar het merendeel niet op zit te wachten. Ik praat hier dus specifiek over inkoop van trainingen en coaching, niet over uit te voeren HR-beleid. Ik vind maatwerk enorm belangrijk; aansluiten bij de behoefte om maximale impact te garanderen.”

Ik zie in mijn omgeving mensen die ‘overtraint’ raken, maar ik zie tegelijkertijd ook bedrijven die nooit trainingen verzorgen voor hun personeel. Waar komen die verschillen vandaan?

“Dat heeft met professionaliteit te maken. Ik werk vaak samen met mkb’ers die ooit zelf zijn begonnen en nu groter zijn geworden met meerdere personeelsleden. Die worden geconfronteerd met allerlei uitdagingen, waaronder HR en opleiding/training/coaching. Dat is begrijpelijk omdat ze dat zelf ook nooit hebben gedaan. Grotere bedrijven, vaak met een HR-afdeling, hebben dat in hun beleid opgenomen en afhankelijk van de doortastendheid van deze professionals wordt er een curriculum aangeboden waar iedereen op zijn of haar niveau voldoende uitdaging vindt voor persoonlijke ontwikkeling. Verder is mijn persoonlijke mening dat je mensen niet kunt dwingen om te ontwikkelen, dus overtrainen is nooit effectief. In de sport levert dat zelfs stressfracturen of blessures op en dat is het laatste wat je wilt...”

Ernst-Jan, als jij 6 maanden in de DIY-retail en -industrie zou mogen werken, wat zou jij die business dan meegeven met betrekking tot het trainen van medewerkers?

“Ik heb veel dienstverlenende organisaties mogen begeleiden en heb zelf een hospitality-achtergrond dus dat antwoord ligt voor de hand: tevreden klanten is niet genoeg. Je moet fans creëren van jouw bouwmarkt en of DIY-winkels, van jouw bedrijf. Fans die ambassadeur zijn en nieuwe klanten aandragen. We zitten in een transitie van een lineaire naar een circulaire economie. DIY heeft daar last van en moet anticiperen. De jongere generatie is minder van het klussen dus hoe maak je dat aantrekkelijk? Heb je als DIY-bedrijf bijvoorbeeld gepensioneerde klussers die je kunt uitlenen aan deze generatie tegen een aantrekkelijk tarief? Wat is jouw onderscheidend vermogen in deze uitdagende markt? Het verschil met de concurrent zit niet in je producten en diensten: het verschil wordt gemaakt door jouzelf en je medewerkers(sters). Hoe verleg je je koers zonder je droom geweld aan te doen? Prachtige vraag om met ondernemers over door te praten.”

WOW-factor

Frank Heus heeft een succesvol track-record in dhz-industrie. Wie hem kent, kent zijn drive en zijn enthousiasme. Voor MIX gaat hij – op strikt persoonlijke titel – op zoek naar de WOW-factor. Heus: “Ernst-Jan Hondsmark weet op een leuke maar toch ook op een directe manier mensen mee te krijgen. Het resultaat is WOW te noemen. Direct, maar ook op langere termijn. Ondanks zijn drukke agenda heeft hij, tussen de coachings-momenten door, tijd gemaakt voor de lezers van het Vakblad MIX.”

Redactie