

Zakendoen:



DIENEN EN VERDIENEN

REDACTIONEEL

Succesvol zakendoen: wie wil dat niet? In het huidige 'social-mediatijsperk' lijken PR, acquisitie en afstemming van vraag en aanbod een makkie. Ofschoon de buitenkant het van de binnenkant lijkt te gaan 'winnen', is het mijn overtuiging dat op langere termijn *duurzaamheid* op gebieden van relatie, kwaliteit van producten en dienstverlening, en samenleving/milieu instaat voor succesvol zakendoen. *Product, people, profit* en *planet* zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Bij zakendoen spelen niet enkel een eenzijdige vraag en het 'binnenhalen' van een opdracht een rol.

Als we uit gaan eten kiezen we veelal een restaurant op een leuke locatie waar gerechten geserveerd worden die we lekker vinden, een sfeer heerst die bij ons past, met oprecht persoonlijke bediening en een goede prijs/kwaliteit verhouding. Volgens mij gaat zakendoen in essentie om die elementen; daarom keert u terug naar uw favoriete restaurantje. Let wel, ik heb het hier over *duurzaam* zakendoen en niet over de eenmalige verleiding van de charmant onbetrouwbare ober op vakantie in Barcelona met die torenhoge rekening achteraf. Wellicht hebben zij al jarenlang de overtuiging, dat ze 'goed zakendoen'. Hier is echter sprake van het eenzijdig een poot uitdraaien, niet in de laatste plaats gevoed door onze westerse convictie 'survival of the fittest'. "Mama, wat doe jij eigenlijk voor werk?" vroeg mijn toen zevenjarige zoontje tien jaar geleden. "Eh, ik praat met mensen" vatte ik zo kort en begrijpelijk mogelijk samen voor mijn kind. "Word jij dáár dan voor betaald?" reageerde hij hoogst verbaasd. "Nou, ik praat niet zomaar met mensen, maar met mensen met problemen." Hoezeer ik ook wilde aanslui-

ten bij mijn kind, mijn ego kwam bij zoveel simpliciteit toch een beetje in opstand en vroeg om verdediging. "Word je dan betaald per oplossing of per uur?" hield hij vol. "Per uur" antwoordde ik eerlijk, benieuwd naar wat zijn volgende vraag zou zijn. "Oh, maar als je dan eens héél lang nadent over een antwoord...?" Het mag duidelijk zijn, dat hij nu een commerciële studie volgt. Door zijn deels Chinese afkomst zit de 'handel' wel in zijn bloed. Toch is het interessant, dat juist de Chinezen een woord hebben - namelijk 'rèn' (fonetisch vertaald) - waarmee geduid wordt op het doorslaggevende belang van de relatie en het wederzijds gunnen, voordat er überhaupt zaken gedaan kunnen worden. Voor mij zit de essentie van zakendoen in je eigen missie en bezieling, afgestemd op 'de waarde voor de ander'; je gezin, je organisatie en de samenleving. Het verdiende geld hoort een waardering te zijn voor datgene waarmee je de samenhang dient. Daar hoort wat mij betreft een fundamenteel mensbeeld bij, namelijk dat we allemaal met elkaar verbonden zijn. Een duurzame zakenrelatie houdt een balans in van geven en nemen; van beiden 'gelukkig zijn' met de deal. Je onderscheidend vermogen en succes voor de nabije toekomst liggen in die extra stap die je zet in het belang van de ander: van betekenis zijn, betrokkenheid en respect tonen, verantwoordelijkheid nemen, aansluiten bij de behoefte van de ander en oprecht geloven in jouw meerwaarde qua aanbod.

"You build a living by what you earn, but you build a life by what you give!"

Annette Man-Mul is grondlegger van KernTact & Partners en redactielid van het TvC. www.kerntact.nl