verslag

Workshop veranderingsprocessen: Hans Lamberts

**Datum:** 17 januari 2019

* Succesvol veranderen in het kader van diversiteit

# Wie we zijn?

20 jaar geleden oprichting Mobile school: werking met straatkinderen

“straatkinderen” negatieve bijklank, wij focussen op de sterkte en empowerment van straatkinderen

Wereldwijd 150 miljoen kinderen. 52 miljoen scholen.

Straatjongeren kunnen je dingen bijbrengen die je kijk op de markt veranderen, die veranderen hoe je reageert op een moeilijke situatie, hoe je met je team werkt en hoe je communiceert naar de buitenwereld. Ze hebben veel competenties: aanpassingsvermogen, creativiteit, mensenkennis, flexibiliteit, doorzettingsvermogen, veerkracht, ..

Streetwize financiert zichzelf door trajecten, workshops in bedrijven door het creëren van blijvende verandering in bedrijven en organisaties door te werken rond ‘street skills’ of straatvaardigheden die we leren van jongeren op straat

De winst die gemaakt wordt door StreetwiZe wordt terug geïnvesteerd in het werk van Mobile School.

# Workshop Leading chance

## Wat verwachten deelnemers van de workshop?

Mensen in eigen organisatie leren overtuigen dat diversiteit belangrijk is

Mensen die diversiteit belangrijk vinden in organistatie aanzetten tot actie

Goede voorbeelden uitwisselen rond diversiteit

Een stappenplan voor meer diversiteit

…

Hans: Verontschuldigd zich op voorhand

Er is geen formule die altijd en overal werkt om dingen te veranderen

Onze expertise bij Streetwize is geen diversiteit.

Alle jeugdwerkorganisaties en elke situatie is anders

## Wat maakt dat bepaalde veranderingen slagen en andere niet ?

Je moet aan Self-assement doen: Op verschillende parameters gaan kijken hoe vullen wij dat in? Waarom scoor je hoog en hoe dat je dat hebt gedaan? Waarom scoor je Laag en waar loopt het verkeerd.

Gemiddelde succesratio van verandering is zeer laag -- >20% van de keren lukt het

Bepaalde veranderingsproces zijn wel al succesvol geweest. Waar had dat mee te maken?

Vraagt voorbeelden aan de deelnemers

Voorbeeld van scouts die op sterven na dood is terug tot leven te wekken. Hoe is dat gelukt? Partners zoeken die de scouts ook belangrijk vinden, de vergadering/het project leuk maken ,een groep die echt eigenaarschap neemt, goede communicatie, visibiliteit verhogen,…

Voorbeeld van Formaat wil veel meer mensen met een migratieachtergrond. Hoe is dat gelukt? Alles laagdrempelig houden: opleiding binnen Formaat, mond aan mond reclame, ambassadeurs creëren

Leading change workshop is gebaseerd op straatkinderen en het boek **Switch Dan Heath**

## Hoe loopt een veranderingsproces?

Er zijn 3 factoren die essentieel zijn om tot succesvolle verandering te komen.

**1)Rationeel niveau** : mensen moeten weten wat er moet veranderen

**2)Hart**: zorgen dat mensen willen veranderen

**3)De omgeving veranderen**: zorgen dat mensen kunnen veranderen, zorgen dat er geen drempels meer zijn

Op elk niveau zijn er verschillende insteken. En je moet straks per insteek nagaan hoe goed je organisatie scoort.

Voorbeeld met Mobiele School wilde we langere trajecten lopen met jongeren. Jongeren moeten weten wet doel is en meebepalen wat ze belangrijk vinden. Daarnaast kan je een omgeving creëren waar ze graag willen zijn met een methodiek die zij interessant of leuk vinden. Op die manier verlaag je de drempels

## Rationeel veranderen (hoofd)

### Doel

Maak het doel kristalhelder:

Zorg ervoor dat het duidelijk is waar we naar toe gaan. Dit doel kan je aanpassen naargelang de doelgroep. Het moet een zeer tastbaar doel zijn. Probeer eens in 1 zin te formuleren wat je heel concreet wil zien veranderen en tegen wanneer.

Vb Bij Start to Run was er een heel concreet doel 5 km kunnen lopen in 10 weken

### Verwachtingen

Maak je verwachtingen concreet

Als er weerstand is betekent dat vaak dat mensen weten niet wat er precies van hun verwacht wordt. Zorg dat de stappen om naar de doel te geraken duidelijk zijn. De verwachting moet concreet en zijn en niet te groot.

### Positieve focus

Focus op wat goed werkt: wat kan je helpen?

We praten veel liever over het negatieve dan het positieve. DE Valkuil is dat een opdracht zo onmogelijk lijkt. Er moet voldoende aandacht gaan naar zaken die wel positief zijn. Doe bijvoorbeeld al een kleine positieve actie.

## Emotionele niveau (hart)

### Sterke emotie

Ga op zoek naar een sterke emotie waarmee mensen zich kunnen identificeren

Probeer je, heel empathisch, in te leven in de verschillende groepen van betrokkenen en sta stil bij wat voor hen een motivatie zou kunnen zijn om aan te sluiten bij de gewenste verandering of het project. Zoek naar hun belang of nood. Het is veel krachtiger als je apprecieerder te werk gaat, dan dat je hun bang maakt.

### Leg je verwachtingen lager

Maak je verwachtingen klein en behapbaar

Beloon mensen al na kleine realisaties. Geef hun meteen feedback.

Vb Werk zoals de app Waze met verschillende levels

### Afbeeldingsresultaat voor waze app3. Ontwikkel een identiteit of een merk

Probeer na te denken over hoe je gepercipieerd wil worden. Wees de realiteit voor en wees voor van wat mensen van je zeggen. Creëer een reputatie of een brand.

Een sterk merk trekt aan! Zorg voor een positief, aantrekkelijk imago met een logo en een baseline.

## Praktisch veranderen (handen)

### Wegwerken van drempels

Help het geluk een handje.

Zorg ervoor dat mensen een bepaald gedrag makkelijker stellen. Je kan creatief nadenken hoe je de context lichtelijk verandert, zodat het voor mensen gemakkelijker wordt om een bepaald gedrag te stellen.

Vb Iedereen wilt met de rolstrap in de plaats van de trap. Maar als je het fijner maakt om met de trap te gaan, passen mensen hun gedrag aan. <https://www.youtube.com/watch?v=2lXh2n0aPyw>

### Nieuwe gewoontes creëren

Gedrag is pas impactvol als je er een gewoonte van maakt. Zorg er voor dat je verandering bevordert door de routine te veranderen.

### Plezier en conformiteit.

Doe coole dingen met de mensen die voor de verandering zijn

Iedereen wil bij een groep horen die er leuk uitziet en leuke dingen doet.Organiseer daarom regelmatig een leuk initiatief om mensen gemotiveerd te houden. Mensen tanken er nieuwe energie en steken elkaar aan.

Na de uitleg moeten de deelnemers in groepjes nadenken hoe hun organisatie scoort op de elk van de 9 elementen van de checklist van Leading Change

Op het einde van de sessie bespreken we een aantal acties die mensen gaan ondernemen op de diversiteit te verhogen in zijn organisatie.

Vb Iemand gaat een logo ontwerpen dat staat voor meer diversiteit.

Vb. Iemand gaat een concreet actieplan maken op basis van de verschillende stappen die we vandaag gezien hebben.