



Knowledge is expensive,
but realise what stupidity can cost you



Vertrouwen geeft vertrouwen



In EDIS heb ik het al eens gehad over de “speed of trust” (zie EDIS 18-06-2008) Vandaag een artikel dat ik las van Frank Segers...

De belangrijke pijler die **vertrouwen** in de traditionele zakelijke omgeving is geweest is door de vele onlinecontacten nog belangrijker geworden. De befaamde managementexpert Chris Brogan schreef er het boek “Trust Agents” over. Mensen zijn in de huidige

overvloed van informatie niet alleen op zoek naar vrienden en gelijken, maar vooral naar autoriteiten die ze kunnen vertrouwen. En daar liggen kansen als u meer impact wilt. **Ontpop u tot een vertrouwen wekkende autoriteit en u zult uw impact en zakelijke successen snel zien toenemen.**

Vertrouwen en risico gaan hand in hand

Eén van de algemeen gangbare definities van vertrouwen is de volgende: **“vertrouwen is het geloof dat diegenen op wie we rekenen effectief de positieve verwachtingen die we in hen stellen, zullen kunnen invullen.”** Maar die definitie houdt ook al in dat er een risico bestaat dat mensen het vertrouwen zullen beschamen. Met andere woorden: **vertrouwen en risico gaan hand in hand.** En dit risico neemt vaak de bovenhand en leidt tot geschonden vertrouwen. Hoe is het anders te verklaren dat velen de woorden “vertrouw me nu maar”, net zien als basis om diegene die ze uitsprekt niet te vertrouwen?

Vertrouwen winnen, wantrouwen wegnemen

Om vertrouwen te winnen moet u **twee factoren goed voor ogen houden:**

- 1) u moet uw doelgroep overtuigende redenen geven om u te vertrouwen en
- 2) alle redenen tot wantrouwen wegnemen. Dat is natuurlijk makkelijk gezegd, maar hoe pakt u het in de praktijk aan? Door voor ogen te houden dat vertrouwen altijd drie elementen in evenwicht moeten zijn om vertrouwen te winnen: **de drie C's.**

Drie C's om vertrouwen te winnen en meer impact te krijgen

- **Consistency.** Standvastigheid is vereist omdat er nu eenmaal geen vertrouwen kan bestaan in mensen die onvoorspelbaar zijn en permanent hun rug naar de wind keren. Met andere woorden: **doe wat je zegt en zeg wat je doet.** Let echter op! Dit betekent niet dat u onderweg niet van mening mag veranderen. Voorwaarde is dat dit niet te vaak gebeurt en dat u er duidelijk over communiceert.
- **Competence.** Anderen kunnen geen vertrouwen hebben in u, als u er niet in slaagt hun verwachtingen waar te maken. Bepaal duidelijk voor u zelf wat u kunt en niet kunt. Beloof niet meer dan u kunt, maar maak waar wat u kunt en u zult automatisch geloofwaardigheid en autoriteit opbouwen en meer vertrouwen wekken.
- **Caring.** Mensen zullen geen vertrouwen in u hebben als ze er niet van overtuigd zijn dat u om hen geeft. Dit derde element is moeilijker tastbaar te maken dan standvastigheid en competentie, maar door mensen in vertrouwen te nemen, altijd klaar te staan met een antwoord, empathie te tonen, u zelf bloot te geven en u attent op te stellen en vertrouwen te geven, kortom, door u tegenover uw doelgroep te gedragen zoals tegenover de personen die u echt lief hebt, kunt u al een heel eind komen.



(bron Frank Segers - www.franksegers.be)

Vertrouwen geeft
vertrouwen

08-06-2011 pag. 2



Eddy Claesen

Family Business Advisor - Mediator

Accountant - Tax Consultant

Kuilenstraat 16 • B-3600 Genk
tel.: +32 89 32 91 10 • fax: +32 89 32 91 19
eddy.claesen@claesen.be • www.claesen.be