

Niks zakelijke zomerslaap

Drie dingen om druk mee te zijn tot september

Door Wim Aalbers

Mei is al veel vrij en juni een lange aanloop naar vakantie. Lente en zomer trekken ons naar buiten, weg van ons werk. Als we niet oppassen, rollen we regelrecht een zakelijke zomerslaap in. Ooit waren er jaren dat het wel heilzaam was; zomers even de druk van de ketel. Die tijd is wel voorbij. Half Nederland op vakantie betekent niet dat de rest het ook rustiger aan kan doen. Ruimte in agenda's betekent ook kansen. Laat uw organisatie juist in de zomer druk-druk-druk zijn.

Uw klanten zitten aan zee, uw leerlingen liggen ergens te luieren en uw cliënten hebben minder kwalen als de zon schijnt? Herkenbaar voor ondernemers en managers. De bestellingen verschuiven “over de vakantie heen” en projecten staan wekenlang op een laag pitje. Wie zijn winkeldeur heeft aan de boulevard, die heeft het juist druk en op campings zitten meer bezoekers dan op internetportals. Maar voor een groot deel van zakelijk Nederland is de zomer een stille periode. Omzetten zijn laag en de productiviteit verwatert zienderogen.

Een paar jaar geleden knepen we nog een oogje dicht. De mensen kwamen wat later binnen, dronken wat langer koffie, snuffelden wat meer privé op het Internet. Maar vooruit, het voorjaar was buffelen geweest en vanaf eind augustus was het weer bingo met de uren. Dat is nu wel anders. Wie er nog zit heeft iets te doen en anders een serieus probleem. Leegloop is onverkoopbaar. Een paar extra weken vakantie mag, maar dan wél op eigen kosten. Al is het maar vanwege bewustwording en realiteitszin.

De betere optie is natuurlijk dat men wél de handen vol heeft. Met de juiste dingen en met wat druk op de ketel liefst. Productiviteit gedijt bij tijdsdruk, niet bij achteroverleunen. Maar hoe hou je de swing erin als er minder klanten bellen en binnenlopen? Maak tijdig uw doedingenlijstje voor juli en augustus, zodat u straks écht blij bent, als de vakanties achter de rug zijn.

Om te beginnen een paar dingen om níet te doen. Opruimen en archiveren bijvoorbeeld. Hoe zeer u zich ook ergert aan de stapels papier en spullen, hoe vaak u het ook al gehad heeft over het rommelige archief. Het slechtste

signaal dat u kunt afgeven, is dat daar nu eindelijk wel tijd voor is. Het moet gebeuren jawel, maar niet nu. Bewaar dat maar voor later. Er is wel wat belangrijkers te doen nu.

Naar de klant bijvoorbeeld! Vergist u zich niet. Die heeft ook de nodige ruimte in zijn agenda. Terwijl die ene helft van Nederland in Spanje zit, is de andere helft verlegen om wat aanspraak. “De klant is er niet” is de grootste denkfout van het seizoen. Probeer het maar eens. In juli bent u meer welkom dan ooit. De klant naar u toe halen is een variatie op dit thema. Haal hem binnen, leidt hem rond en vraag om zijn mening. Nog sterker!

Het laboratorium in is zo'n andere must. Innovatie en vernieuwing van uw aanbod lijden een groot deel van het jaar onder de waan van de dag en de klant. Voor u het weet is het december, zonder dat u de noodzakelijke en belangrijke verbetering heeft uitgewerkt, vormgegeven en uitgedragen. Ideeën voor nieuwe producten, processen en kwaliteitsverbetering heeft u genoeg. Kijk nog eens op uw lijstje van afgelopen januari. Het is nú of niet meer dit jaar.

Aan het schrijven ook! Zelf, of met hulp van deskundigen. Voor veel organisaties en professionals is dat een van de lastigste dingen. Publiceren over uw vak, uw winkel, uw zakelijke mening. U weet heel goed waar u graag gezien en gelezen wilt worden. Zorg ervoor dat het op papier komt en op het Internet. Overtuigende en opiniërende content verspreid zich tegenwoordig vanzelf. U moet het alleen wel schrijven en op de juiste plek brengen. De zomer is dé tijd om er een voorraadje van aan te leggen.

Voor u het weet heeft u de handenvol deze vakantieperiode. En dat is het belangrijkste van alles, dat u het zelf niet een tandje lager doet. Want als er iets is waar mensen naar kijken, dan is het wel het gedrag van de baas. Maak een productiviteitsfeestje van deze zomer.