

*Het antwoord ligt
in het vinden van je
True-Value-Connection.
De kern van deze filosofie
en dit model rust op drie
pijlers: echtheid, waarde(n)
en verbinding*

Auteur Kern van de zaak - Waarde(n)vol zijn en blijven

Maike Vrenken

ZE HEEFT EEN PASSIE VOOR KLANTEN EN IS NA EEN CARRIÈRE VAN 20 JAAR ALS ORGANISATIEADVISEUR EN MANAGER CUSTOMER SERVICE, SPECIALIST IN KLANTBEDIENING EN KLANTCONTACT. ZE BUNDELDE AL DEZE ERVARING IN HAAR BEDRIJF SPRAKELOOS ADVIES ÉN EEN BOEK: 'KERN VAN DE ZAAK - WAARDE(N)VOL ZIJN EN BLIJVEN'. MEETINGS SPRAK MET MAAIKE VRENKEN.

Tijdens ruim twintig jaar in het bedrijfsleven en met een flinke dosis ervaring in organisatorische en klant(contact)-vraagstukken in de breedste zin des woords op zak, begonnen er steeds meer puzzelstukjes in elkaar te vallen, begint Maaïke Vrenken als ze zichzelf voorstelt. "Het is geen wereldschokkend inzicht, maar in mijn (werkende) leven draait alles om klanten. En dat – hoe logisch het soms ook lijkt – is bij veel organisaties nog steeds niet altijd vanzelfsprekend, merkbaar of voelbaar. Omdat ze het belang van 'de klant in het hart hebben' nog niet voldoende doorvoelen, of omdat ze simpelweg niet weten hoe."

Ben je echt, oprecht en authentiek?

Visie

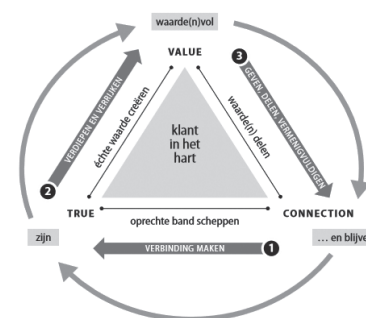
Maaïke Vrenken ontwikkelde een eigen visie op hoe je als organisatie waarde(n)vol kunt zijn en blijven: "Je oprecht verbinden met je klant, student, patiënt, burger, zie ik niet als luxe, maar als pure noodzaak om te overleven. En daar kunnen we met z'n allen nog grote en fundamentele stappen in zetten. Niet met behulp van trucjes aan de buitenkant, maar met een andere opstelling aan de binnenkant." Met deze visie en overtuiging hoe organisaties beter voor hun klanten kunnen – en moeten – zorgen richtte ze haar eigen bedrijf SPRAKELOOS advies op en schreef ze het boek 'Kern van de zaak'.

Tot 2017 werkte Maaïke Vrenken als manager Customer Service bij Wehkamp. "Een mooie tijd, waarin ik precies de transitie van een postorderbedrijf met een bloemetjesjurkenimago naar een succesvolle, 100% online retailer heb meegemaakt. In het hart van de klantenservice is daar waar je de klant leert kennen, hem of haar hoort en

ziet, dus waar ook de waarde van het bedrijf zichtbaar is." Toen het tijd werd voor een volgende stap, besloot Maaïke haar eigen bedrijf op te richten, SPRAKELOOS advies. Maaïke: "Als organisatieadviseur, sparring partner, spreker, kritische spiegel en interim-manager help ik organisaties beter voor hun klanten te zorgen. Ik breng focus aan, zorg voor verbinding en creëer resultaat. Ik werk altijd met de klant in het hart en help mensen en organisaties dat te adopteren."

Kern van de zaak

De droom om een boek te schrijven bestond altijd al. Een kinderboek of roman misschien, maar uiteindelijk bleek het een managementboek. Maaïke: "Een jaar voordat ik begon met daadwerkelijk schrijven ontstond het kernidee. Na een meeting zag ik opeens hét model voor me dat samenvatte hoe je als bedrijf échte waarde creëert. Ik sleurde sparringpartner en medeauteur Maurits Hoefnagels mee naar een flipover en ben begonnen met tekenen. Het antwoord ligt in het vinden van je True-Value-Connection."



Kern van de Zaak - Waarde(n)vol zijn en blijven

'Kern van de zaak. Waarde(n)vol zijn en blijven' biedt een eenvoudig maar fundamenteel houvast om op nieuwe manieren waarde te creëren. Verbinding is daarbij het sleutelwoord; de klant in het hart sluiten de opdracht. De kern van de zaak kan worden gelezen als een managementboek – hoe organisaties waarde(n)vol te maken voor de toekomst – maar ook als een boek over persoonlijk leiderschap en effectiviteit – hoe je te verbinden met dat wat er voor jou écht toe doet.

In het actuele krachtenveld is bijna elke organisatie gedwongen zich af te vragen: hoe overleef ik? Ook zogenaamd 'goed gemanagede' bedrijven zijn in de afgelopen jaren ten gronde gegaan. Hoe komt dit en vooral: hoe vind je (weer) bestaansrecht? Dit boek geeft een originele en scherpe kijk op waar het in organisaties écht om gaat en bovendien concrete, praktische handvatten om bestendige, échte waarde te creëren voor je klanten, burgers, patiënten, studenten enzovoort. Het is de schrijvers gelukt bedrijfskunde, economie, psychologie, veranderkunde en filosofie op een bijzondere manier in dit boek te verweven.

*Uitgeverij Scriptum, Hardcover, 200 pagina's, €19,95
www.sprakeloosadvies.nl*



De kern van deze filosofie en dit model rust op drie pijlers: echtheid, waarde(n) en verbinding. De klant staat daarbij in het midden van de driehoek, in het hart dus. Ben je echt, oprecht en authentiek? Dat voelen klanten. Ik kom elke dag wel voorbeelden tegen waaruit het tegendeel blijkt." Verbinding en authenticiteit zijn wat haar betreft sleutelwoorden. Het gaat inmiddels niet meer om alleen maar groter en beter. Maaïke Vrenken: "Gelukkig geldt dat inmiddels voor steeds meer bedrijven en organisaties. Toch kan het soms nog lastig zijn om erachter te komen waar je true value ligt. Dat woordje true doet het hem wat mij betreft. Want als het verhaal niet klopt bij de acties die je als klant ziet, dan prik je daar zo doorheen. Het is iets

anders of de marketingafdeling iets verzonnen heeft, of dat de medewerkers met hart en ziel achter de boodschap staan. Waar sta je als organisatie voor, voel je dat echt en hoe ver wil je gaan in het (weer) oprecht verbinding maken met je klant?"

Verbinden

Met 'Kern van de zaak' heeft Maaïke Vrenken geen ingewikkeld managementboek willen schrijven vol holle kreten. Ze wil organisaties een concrete stap verder helpen. "Dit begint met verbinden, met echt luisteren en het aangaan van onverwachte ontmoetingen. Het lijkt zo simpel, ik ben dan ook eigenlijk nog steeds verbaasd dat ik hierover een vernieuwend boek kon schrijven", lacht

ze. "Maar blijkbaar is het waarde(n) vol zijn als organisatie maar ook als mens, toch lastig. Organisaties vallen om en klanten voelen zich niet gezien waardoor ze afhaken. In mijn boek leg ik uit hoe dit komt maar vooral: hoe vind je (weer) bestaansrecht."

In januari staat Maaïke Vrenken op het podium tijdens het MEETINGS Business Event en de uitreiking van de MEETINGS AWARDS. Ze is nu aan het onderzoeken of de in 'Kern van de zaak' omschreven visie ook in een leergang gegoten kan worden. "Ik beoog daarmee door iets vaker te prikkelen de mensen die daadwerkelijk stappen willen gaan zetten in de juiste richting te helpen."