

Theo van Es R.I.

Manager Product Development

KPN Zakelijke Markt

Customer Interaction Services

***Belangrijkste sheets uit de presentatie:
“Zweten op de zeepkist”...
...over de overgang van KPN naar een klein zelfstandig bedrijf***

t.p.m.vanes@planet.nl

Hoe werd draagvlak gecreëerd? 1

- We garandeerden dat het nieuwe het oude kon vervangen
- What's in it for me?
- Cynici en saboteurs werden met kracht geïsoleerd (negeren)
- Kleine verbeteringen werden als eerste gerealiseerd en zichtbaar gemaakt (maar: laat het daar niet bij!)
- Na elk succes een feestje
- Het krachtenveld werd tijdig geïnventariseerd (zie volgende sheet)

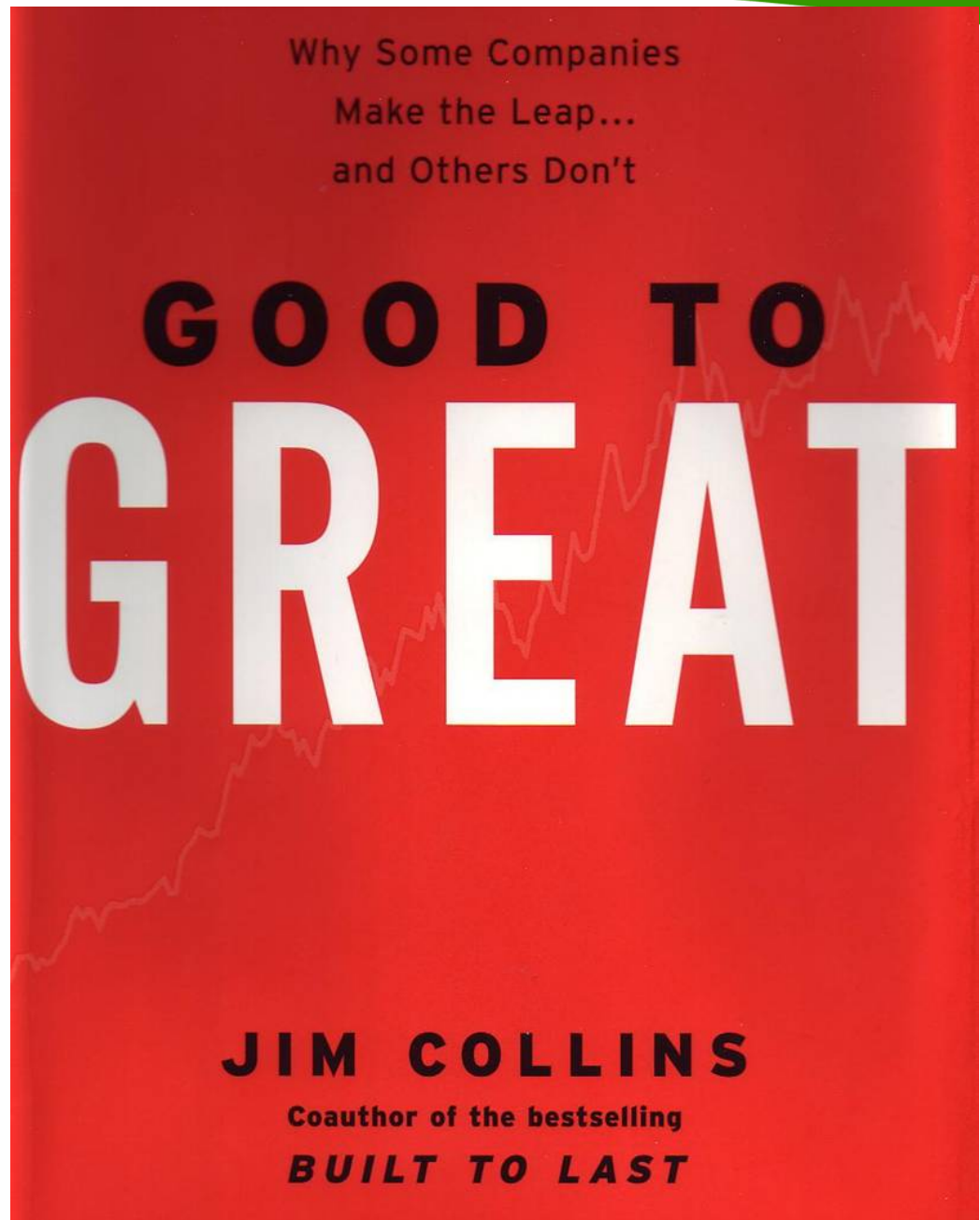


Hoe werd draagvlak gecreëerd? 2

Gelijk belang? Betrouwbaar?	Ja	?	Nee
Ja	Vrienden	Twijfelaars	Opponenten
Nee	Coalitie- genoten	Opportunisten	Vijanden

Tot slot:

Basisregel 8



www.jimcollins.com

Eerst wie... dan wat – “Put the right people on the bus”



genieën vormen zelden een goed management team
dat willen ze niet
ze willen een leger van soldaten
maar als het genie vertrekt, zijn de soldaten hulpeloos

Dus: kies eerst de goede mensen. Dan pas de strategie!

“First who, then what.”

Bron: Jim Collins – “Good to great”

En toen...

...werd in 2005 alles weer teruggedraaid.

“We zijn weer thuis...”

maar er woont een andere familie...

Oude KPN-waarden worden hersteld.

Oude gewoonten niet.

Het ondernemerschap wordt nu als een
aangeleerde “asset” ervaren...