



Whitepaper

Van software veranderen?

5 stappen om jouw klanten en medewerkers mee te krijgen

=exact

Hoe krijg je klanten en medewerkers mee in verandering van software?

Het in gebruik nemen van geheel nieuwe software of nieuwe functies vraagt om verandering in gedrag van mensen, zoals klanten en medewerkers. Alhoewel de middelen er zijn in de vorm van software en de wens om deze te gebruiken, is het veranderen van gedrag en de adoptie ervan een ontwikkeling die aandacht vraagt.

Van nature houden mensen vast aan hun aangeleerde gewoonten en gebruiken. Dus hoe krijg je klanten en medewerkers overtuigd om deze los te laten en nieuwe gewoonten aan te leren? Aan de hand van een aantal fasen en succesfactoren die veelal voorkomen bij veranderingen helpen we je om succesvol veranderingen door te voeren voor medewerkers en klanten.



Stap 1

Start vanuit de huidige situatie

Vanuit de huidige situatie die als start voor de verandering geldt, is het belangrijk om een duidelijk beeld te geven van de toekomstige gewenste situatie. Omschrijf en geef in visuele beelden weer wat die toekomstige situatie oplevert voor de klanten en medewerkers die mee moeten gaan in de verandering. Daarvoor is het belangrijk dat het voor henzelf ook voordelen oplevert, en niet alleen voor de organisatie of het management. Het helpt daarbij om dit kort en krachtig te formuleren, zodat het makkelijk onthouden wordt en kan worden herhaald.

Een van de belangrijkste vragen om te beantwoorden is:

Wat moet er veranderen en waarom?

Alleen als dit duidelijk is voor iedere betrokkene zal deze mee willen bewegen. Enkele checks die je kan doen om die vraag goed in te vullen:

- + Is het probleem duidelijk? Is dat het echte probleem of een symptoom?
- + Probeer je veranderingen te maken zonder het echte probleem op te lossen?
- + Is er meer voordeel van de verandering dan het huidige probleem oplevert?
- + Is het duidelijk welke details en processen er moeten veranderen?
- + Hoe meet je of de impact van de verandering is behaald, wat zijn de meetbare doelen?
- + Wie zijn de eigenaren van de verandering?



Stap 2

Vergelijk oude situatie vs. nieuwe situatie

Om tot de ideale eindsituatie te komen dien je deze te vergelijken met de huidige situatie. Zo breng je direct mogelijke barrières in kaart. Nog vóórdat de nodige wijzigingen worden gepresenteerd en doorgevoerd. In het proces van verandering blijf je op deze manier de bezwaren voor en kun je op voorhand oplossingen voorbereiden.

Drie tips voor het presenteren van de nieuwe situatie:

- 1 Zorg dat de urgentie voor verandering duidelijk is
- 2 Geef voorbeelden van het resultaat van de veranderingen met een praktijkverhaal
- 3 Vertel enthousiast wat het jouw klant of medewerker én de organisatie gaat opleveren

Je wilt voorkomen dat er angst ontstaat voor mogelijke gevolgen als een verandering wel of niet wordt doorgevoerd. Het is dus heel belangrijk dat jouw klanten of medewerkers begrijpen waarom er veranderd moet worden en wat het hen oplevert.

Weerstand bij verandering

De snelheid en adoptie van verandering verschilt per persoon. Maar toch vindt de meerderheid veranderen moeilijk. Het gaat dan vaak niet om de verandering zelf, maar het proces van veranderen. Ook eerdere ervaringen met verandering werken belemmerend.

75% van mensen vindt verandering moeilijk

Enkele redenen waarom de mensen niet enthousiast kunnen zijn over een verandering:

- + Sceptisch over waarom verandering nodig is
- + Te weinig herhaling en communicatie over de visie achter de wijziging
- + Verkeerde informatie, geruchten, aannames
- + De oude manier werkt nog prima
- + We hebben al zoveel wijzigingen gehad

Om jouw klanten of medewerkers mee te krijgen in het behalen van het eindresultaat is het dus erg belangrijk om ze hier enthousiast voor te krijgen. Dit kun je alleen bereiken door ze mee te nemen in het proces. Je wilt draagvlak creëren zonder dwang, dat ze inzet tonen en verantwoordelijkheid nemen om het doel te bereiken.

Stap 3

Beloon bij behaalde tussenstappen

Voordat het eindresultaat behaald wordt, kun je tussenstappen bepalen en die als mijlpalen vieren. Maak deze stappen onderdeel van het veranderproces. En als ze behaald worden, zorg er dan voor dat de betrokkenen er waardering voor ontvangen.

Omgekeerd kun je het ook onaantrekkelijk maken om de oude manier van werken te blijven hanteren. Denk aan een afwijkend duurder prijsmodel voor de oude manier van aanlevering en verwerking en juist een gelijkblijvende prijs voor het nieuwe model.



Stap 4

Mensen in beweging krijgen

Naast het communicatieve onderdeel is ook het tijdstip van de verandering een belangrijke factor voor succes. Zo dient er voldoende kennis aanwezig te zijn om uitleg te geven over de nieuwe manier van werken. Het moment van de wijziging dient geschikt te zijn. Maar er moet ook voldoende capaciteit zijn om het uit te voeren. Het moment van verandering heeft dus ook invloed op mensen in beweging krijgen.

Enkele beweegredenen die helder moeten zijn willen mensen in beweging komen:

- + Veiligheid en overtuiging dat ze wijzigingen kunnen realiseren
- + Betrokkenheid bij het proces van verandering vanaf de start
- + Verantwoordelijk voor het resultaat voelen, begrijpen waarom het nodig is



Stap 5

Leer nieuwe gewoonten aan

Bij elke verandering, ook bij gebruik van nieuwe software, ga je een gewoonte aanpassen. Om van een routine of gewoonte af te stappen is er best wat nodig. Voor het aanleren van nieuwe gewoonten kunnen we een paar succesfactoren aanwijzen.

4 stappen voor aannemen nieuwe gewoonte

- + Het is duidelijk wat er veranderd moet worden
- + Het lijkt aantrekkelijk om te veranderen
- + Het is eenvoudig om te implementeren
- + Het resultaat zorgt voor tevredenheid na verandering

Zorg voor een nieuwe routine in de werkwijze die de oude kan vervangen. Doorloop de vorige processen en bekijk hoe je die kunt omzetten in een nieuwe routine van handelingen. En daarbij is herhaling van de reden van verandering, en het benoemen van de oude versus nieuwe gewoonte belangrijk. Afwijkingen tijdens het veranderproces zul je moeten benoemen, zodat je kunt blijven doorzetten op de gestelde doelen.



Evaluatie

Terugkijkend op verandering

Tijdens en aan het einde van het veranderproces is het verstandig om te evalueren. Viel het mee? Waren de argumenten voor verandering de juiste? En is het doel bereikt? Een positieve ervaring in een veranderproces draagt bij aan bereidheid om te veranderen in toekomstige nieuwe situaties. Dus het helder krijgen en duidelijk benoemen van de waarde en het resultaat van de veranderingen is belangrijk. Niet alleen voor het afgeronde veranderproces, maar ook voor de toekomstige veranderingen.

Bron: Informatie in deze whitepaper is deels gebaseerd op publieke informatie van Scott Mautz, auteur en spreker.





Exact Software Nederland B.V.

Molengraaffsingel 33
2629 JD Delft
The Netherlands

Tel: 0800 - 66 54 631

E-mail: info@exact.nl

Website: www.exact.com/nl

Exact inspireert het mkb om te groeien. Zij dragen de economie, wij ondersteunen ze daarbij. Net als het mkb is Exact niet bang voor het onbekende. We zijn ambitieus en lopen graag voorop. We kennen de uitdagingen en maken software om die te overwinnen. Onze innovatieve oplossingen zijn toegespitst op de bedrijfsbehoeften van onze klanten. Exact biedt het mkb en hun accountants overzicht over vandaag en inzicht in morgen. Zo helpen we onze klanten van over de hele wereld om hun ambities te realiseren.

Exact. Cloud business software.