

Good to Great (2009) Auteur: Jim Collins

Jim Collins heeft een wereldwijde bestseller geschreven en wist en miljoenen publiek te bereiken. Uit grondig en langdurig onderzoek van honderden bedrijven kwamen elf bedrijven naar voren die minimaal vijftien jaar explosief groeiden: een tijdlang presteerden ze even 'good' (lees: gemiddeld) als hun concurrenten maar plotseling accelereerden ze en werden 'great' (lees: geweldig).

Wat onderscheidt deze succesvolle bedrijven nu van hun concurrenten en wat kunnen anderen (wij) daar van leren? Collins heeft zijn inzichten in een aantal principes geformuleerd.

Het zijn tijdloze factoren voor succes – geen hypes.

Voor al deze succesvolle bedrijven geldt:

- 1. Het leiderschap bevindt zich op nivo 5 (dienstbaar);**
- 2. Ze werven de juiste mensen;**
- 3. Ze zien de harde feiten onder ogen, maar blijven vertrouwen op succes;**
- 4. Ze vinden een antwoord op drie afbakeningsvragen: wat kunt u (als ondernemer/organisatie) het best, waar gelooft u 't meest in en wat is cruciaal voor uw economische voortbestaan?;**
- 5. Ze zorgen voor een gedisciplineerd organisatiecultuur;**
- 6. Ze hechten grootbelang aan technologie, maar zijn daarin selectief;**
- 7. Ze werken gestaag en volhardend, zonder revolutionaire doorbraken.**

Onderstand een korte uiteenzetten van deze unieke eigenschappen:

Het leiderschap bevindt zich op nivo 5 (dienstbaar)

Een nivo 5 leider koppelt persoonlijke bescheiden aan sterke professionele wil. Zo'n leider cijfert zichzelf weg maar toont ook een grote vastberadenheid om een geweldig bedrijf te realiseren.

Onderstaande de nivo 5 piramide van Collins:



Succesvolle leiders verenigen alle vijf nivo in zich. De nivo 1 t/m 4 zijn behoorlijk vanzelfsprekend. Nederigheid en wilskracht brengen de onderzochte leiders tot langdurig succes, verwonderlijk dat de Bijbel ons ook regelmatig oproept tot nederigheid en dienstbaarheid

Ze werven de juiste mensen

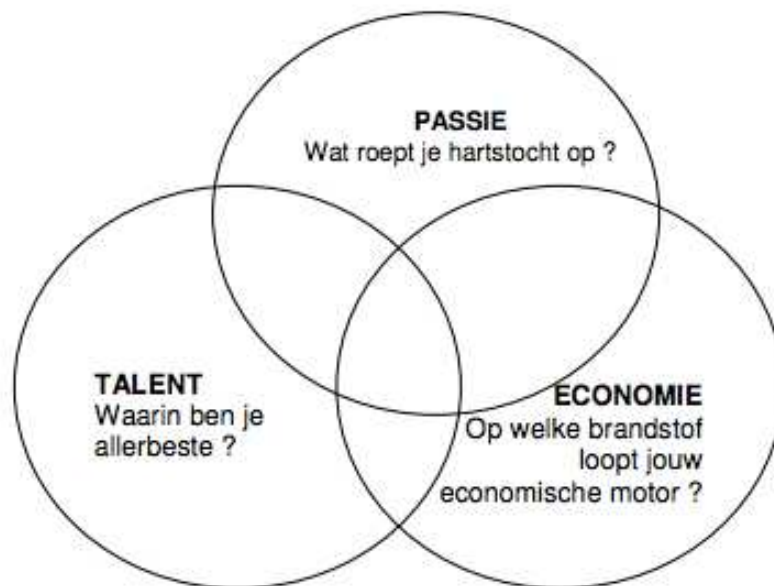
In tegenstelling met gemiddelde bedrijven die het model "genie met duizend helper" volgen. De grote genie is de drijvende kracht achter het succes van het bedrijf en zijn waarde is duidelijk zolang hij in de buurt is. Ze bouwen geen sterk (management) team waarbij eigen inbreng van de leden bepalend is voor het succes op langer termijn. Voor deze bedrijven is het "eerst wat? Dan wie! Geweldige bedrijven redeneren juist: **"eerst wie, dan wat!**

Ze zien de harde feiten onder ogen, maar blijven vertrouwen op succes

De grootse fout die bedrijven kunnen maken is mensen valse hoop geven die als sneeuw voor de zon verdwijnt (Winston S. Churchill)

Er is niets tegen het realiseren van een visie, ook gemiddelde bedrijven doen dat. Maar geweldige bedrijven zorgden ervoor dat zij, op hun weg naar succes, altijd rekening hielden met de harde realiteit, gemiddelde bedrijven doen dat niet.

Ze vinden een antwoord op drie afbakeningsvragen: wat kunt u (als ondernemer/organisatie) het best, waar gelooft u 't meest in en wat is cruciaal voor uw economische voortbestaan?



Het strategische verschil met de geweldige bedrijven is dat de gemiddelde bedrijven ruste op twee pijlers. Geweldige bedrijven baseren hun strategie op een heel goed begrip van drie belangrijke dimensies- zie bovenstaande circels. Daarbij vertaalde de geweldige bedrijven dat inzicht in simpele, glasheldere concepten die al hun activiteiten begeleidden.

Wie van gemiddeld naar geweldig wil groeien, moet het juk van de competentie overstijgen en daar is discipline voor nodig. Dat "doen waar je goed in bent" er alleen maar voor zorgt dat je ergens goed in bent. De enige manier om "geweldig" te worden is doen waarin je potentieel de allerbeste kunt zijn.

Ze zorgen voor een gedisciplineerd organisatiecultuur

Geweldige bedrijven bouwen een consistent systeem met duidelijke begrenzingsen, maar ze geven mensen tegelijkertijd vrijheid en verantwoordelijkheid. Ze hebben medewerkers met zelfdiscipline die niet gemanaged hoeven te worden. Vervolgens geven ze leiding aan het systeem en niet aan mensen.

Ze hechten grootbelang aan technologie, maar zijn daarin selectief

Technologie die goed gebruikt wordt, versnelt het succes maar veroorzaakt die niet, heel simpel omdat technologie alleen werkt als het relevant is.

Geweldige bedrijven hebben een creatieve innerlijke drang om te excelleren. Gemiddelde bedrijven worden vaak gedreven door angst om achterop te raken.

Ze werken gestaag en volhardend, zonder revolutionaire doorbraken.

Geweldige bedrijven hadden geen naam voor de transformatie van gemiddeld naar geweldig. Er was geen startschot, geen etiket, geen programma of wat dan ook. Sommige leidinggevenden hadden het pas heel laat doordat ze met een enorme verandering bezig waren. Het werd hen pas achteraf duidelijk

Collins baseert zich niet op Bijbelse principes, zijn onderzoeken hebben een wetenschappelijk karakter. Toch valt bij het lezen van dit boek op dat veel van respectabele eigenschappen van succesvolle ondernemers (organisatie) terug te voeren op een Bijbelse normen en waarden.