

Sascha Bertus & Mirjam ten Cate:

'Vrouwen worden vaak gezien als de notulist'

- DOOR LINDA HUIJSMANS - ILLUSTRATIE WALDEMAR POST

Wie carrière wil maken, moet goed werk afleveren. Maar om promotie te krijgen is meer nodig. Hard doorwerken met je deur dicht is dan niet slim: je moet zorgen dat je opvalt. In *Zien ze wel hoe goed je bent?* laten Sascha Bertus en Mirjam ten Cate letterlijk en figuurlijk zien hoe je dat aanpakt. Bij hen geen theoretische verhandelingen, maar een boek, waarin ze aan de hand van foto's, korte quotes en de lotgevallen van een fictieve hoofdpersoon, de lezer in vijf stappen laten zien hoe zakelijk succes te behalen is.

In het dagelijks leven zijn jullie respectievelijk imago-coach en diversiteitspecialist. Merken jullie dat er behoefte is aan een boek als dit?

Wij geven trainingen onder dezelfde titel *Zien ze wel hoe goed je bent?* en daarin leggen we de regels van het spel uit. Vooral voor vrouwen blijkt dat vaak waardevolle informatie op te leveren. Vrouwen roepen al heel snel: 'ze nemen me maar zoals ik ben' of ze verschuilen zich achter de kwaliteit van hun werk; dat moet maar voor zichzelf spreken. Maar ze vergeten dat je dat ook aan anderen moet laten zien. Bescheidenheid kan je opbreken. Als je ambities hebt om hogerop te komen moet je zorgen dat je zichtbaar bent.

Hoe doe je dat dan, zichtbaar worden?

In de trainingen vragen we de deelnemers in hoeverre ze denken dat ze opvallen binnen hun organisatie. Het blijkt dat negen van de tien niet genoeg gezien worden. Wij laten bijvoorbeeld zien hoe groot het effect van uiterlijk en presentatie kan zijn. We voeren ook altijd een imagocheck uit, die ook in het boek is opgenomen. Daaruit blijkt vaak dat er een groot verschil bestaat tussen hoe mensen denken dat ze overkomen en de werkelijke indruk die ze op anderen maken.

Jullie hebben ervoor gekozen om veel foto's, quotes en tips op te nemen in het boek. Werkt dat beter?

Behalve dat het een manier is die uitnodigt om het boek te pakken en door te bladeren, is het een goede manier om te laten zien wat we bedoelen. We kunnen wel schrijven: 'voeg wat trendy details toe aan je outfit, maar wat dat precies betekent verschilt per persoon. Wij fungeren in het boek allebei als model, om te laten zien dat je niet perse een fotomodel hoeft te zijn om met een paar kleine ingrepen in je kleding, de keuze van je bril of je kapsel, je imago flink onder handen te nemen. De citaten uit de interviews met onder andere Annerie Vreugdenhil, Margriet van der Linden en Sybilla Dekker onderbouwen onze visie.

In welke valkuilen stappen vrouwen op hun werk het meest?

De rol die ze spelen in vergaderingen, bijvoorbeeld. Vrouwen worden vaak gezien als de notulist of nemen deze rol op zich, waardoor ze te weinig mee kunnen doen aan de discussie en niet voldoende oog hebben voor de non-verbale signalen die tijdens zo'n bijeenkomst heel belangrijk zijn. Bovendien zijn ze zich er niet altijd van bewust dat beslissingen vaak buiten die vergaderzaal om al worden voorgekookt. Maar ook de online zichtbaarheid is een punt van aandacht. Voorafgaand aan onze trainingen googlen we de namen van de deelnemers en soms komen dan eerst vakantiefoto's boven water, of babyalbums. Dat heeft ook invloed op je zakelijke imago en het is goed om je dat te realiseren.

Merken jullie dat nu steeds meer vrouwen doordringen naar de top, bijspijkerkursussen en boeken als deze minder nodig worden?

Integendeel. Jongere vrouwen zeggen wel eens dat ze het zelf wel kunnen redden, en hebben nog niet het idee dat zichtbaarheid belangrijk is. Ze denken dat alleen de kwaliteit van je werk telt. Naarmate de posities schaarser worden, wordt de strijd harder en is het goed om de geschreven en ongeschreven regels te kennen, zodat je goed beslagen ten ijs komt.

Zijn jullie niet bang voor eenvormigheid? Als iedereen zich op dezelfde manier gaat kleden en gedragen wordt het een saaie bedoening op de Nederlandse werkvloer.

Je emigszins aanpassen aan de heersende regels en dresscodes is vooral in het begin van belang. Naarmate je meer credits krijgt voor je werk kun je steeds meer van jezelf laten zien. Een van de vijf stappen die we formuleren is dan ook dat je nooit jezelf uit het oog moet verliezen. Alleen wie zichzelf kan zijn heeft genoeg zelfvertrouwen om op haar best te presteren.

Een van de vijf andere stappen is dat de verpakking bij de inhoud moet passen. Is dat de reden om het boek als blader- en kijkboek te presenteren?

Practice what you preach is onze boodschap. Daarom sluit de vorm aan op wat we willen zeggen. Inhoud alleen is niet genoeg, het gaat ook om de manier waarop je die presenteert. Er zijn meer dan genoeg managementboeken die je kunt lezen, wij wilden een boek maken met oefeningen, waarin we de effecten niet beschrijven maar laten zien. Een boek met aandacht voor zowel vorm als inhoud, dat je er steeds weer



bij kunt pakken, maar ook met een praktisch vijfstap-venplan, dat je net zo intensief kunt doorlopen als je zelf wilt.

Voor wie hebben jullie het boek hoofdzakelijk geschreven?

Voor vrouwen en mannen die werken en zakelijk succesvol willen zijn. Zichtbaarheid speelt niet alleen in de top van een organisatie een belangrijke rol, ook in de lagen eronder en zelfs thuis. Iedereen wil erkenning voor het werk dat hij doet. Het boek is daarom bedoeld voor mensen die niet willen blijven afwachten tot anderen hen opmerken, maar die zelf het initiatief nemen. En dat begint met goed te kijken naar jezelf.

ZIEN ZE WEL HOE GOED JE BENT?

Sascha Bertus en Mirjam ten Cate

Academic Service / 2010 / gebonden / 120 blz.

€ 29,95

U werkt hard en wilt gewaardeerd worden op basis van uw kwaliteiten, maar toch mist u erkenning. Welkom in de werkelijkheid: goed presteren alleen is niet voldoende. Maak uzelf én uw kwaliteiten zichtbaar en de erkenning volgt vanzelf.

