



VOORWOORD

Reputatie is hoe anderen over u denken op grond van uw gedrag.
Imago is hoe u wilt dat anderen over u denken.

Wat is reputatiekunde?

Reputatiekunde gaat over het opbouwen van een positieve reputatie door middel van reputatiegedrag; gedrag dat is gericht op het vestigen van een goede naam en faam. Over het vak reputatiekunde is weinig gepubliceerd. Ook niet vanuit de psychologie, terwijl reputatie gebaseerd is op gedrag en gedrag is het vakgebied van psychologen.

Voor wie is reputatiekunde belangrijk?

Met dit boek wil ik als psycholoog en organisatieadviseur meer bekendheid geven aan dit boeiende, uitdagende en complexe vakgebied. Met het vak reputatiekunde is veel winst te behalen.

Reputatiekunde draagt niet alleen bij aan de winst van een organisatie. Het draagt ook bij aan het welzijn van bestuurders, leidinggevendenden, medewerkers en consumenten. Bovendien heeft een positieve reputatie ook een algemeen maatschappelijk belang. Het is de basis van vertrouwen en vertrouwen is de basis van onze samenleving.

Dit is een uniek handboek

In de eerste plaats omdat het over reputatiekunde gaat. De meeste mensen weten wel wat bedrijfskunde, bestuurskunde of wiskunde is. Maar reputatiekunde? Daar hebben nog maar weinig mensen van gehoord. Terwijl we dagelijks met reputatieschendingen geconfronteerd worden.

Als u de televisie aanzet dan gaat het vaak binnen enkele minuten over reputatie-schendingen en de emotionele, economische en maatschappelijke schade die zij veroorzaken.

Reputatiebeleid als derde dimensie

In de tweede plaats is dit een uniek boek, omdat het een reputatiebeleid (op de waarden-as) toevoegt aan het financiële beleid (op de taak-as) en het personeels-beleid (op de mens-as).

Hiermee creëert u naast een financieel kapitaal en een personeelskapitaal ook een reputatiekapitaal. Dit is de waarde van de toekomstige omzet die niet direct kan worden toegeschreven aan de activa en de passiva op de balans.

Als personeelsbeleid de fundering is van een huis en het financiële beleid de muren, dan is het reputatiebeleid het dak. U voorkomt dat mensen nat worden als het regent.

Waardevol leiderschap: sturen, coachen en inspireren

In de derde plaats is dit een uniek boek omdat het over leiderschap gaat vanuit waarden. De meeste leiderschapstheorieën zijn gebaseerd op een plat vlak dat wordt gevormd door de mens-as en de taak-as.

Het organisatiegeweten ontwikkelt zich, net als het geweten van mensen, op basis van een leerproces. Dit lukt beter in een lerende organisatie. Leiderschap vanuit waarden is de kern van een lerende organisatie. Dit stelt hoge eisen aan de vaardigheden van leidinggevendenden.

Dit boek biedt handvatten voor leidinggevendenden om te sturen, te coachen en te inspireren. Met als doel gewenst reputatiegedrag te bevorderen.

Reputatiestuursysteem

In de vierde plaats is dit een uniek boek, omdat er een stuursysteem in wordt beschreven waarmee u een positieve reputatie opbouwt en in stand houdt. Dit stuursysteem bestaat uit vier chronologische stappen. Samen vormen zij het moreel kompas: het geweten van de organisatie. In dit boek leest u hoe u deze stappen neemt.



De reputatiemeter

In de vijfde plaats is dit een uniek boek, omdat u erin leest hoe u het reputatiestuursysteem ook kunt gebruiken als reputatiemeter.

Het uitgangspunt van dit boek is dat reputatie gebaseerd is op gedrag en gedrag is te meten. U krijgt antwoord op de vragen: 'Waar staan we nu wat betreft onze reputatie?' 'Waar willen we naar toe?' 'Welke acties zijn nodig en hoe lang gaat dat duren?' Net zoals bij het navigatiesysteem in uw auto kiest u de route van A naar B.

Dit meetinstrument is van groot belang voor alle reputatiegevoelige organisaties.

U vergroot hiermee de marktwaarde, voorkomt reputatie-schendingen en maakt klokkenluiders overbodig.

Reputatievaardigheden

In de zesde plaats is dit een uniek boek, omdat er vijf reputatievaardigheden in staan beschreven:

- Tegenspreken.
Organisaties waarin mensen elkaar niet tegenspreken, kunnen verglijden in een kokervisie.
- Gebruikmaken van elkaars talenten.
Organisaties waarin niet de talenten maar het verbeteren van de zwakheden centraal staat, verglijden in een zesjes cultuur.
- Herstellen van geschonden waarden.
Organisaties waarin mensen niet in staat zijn geschonden waarden te herstellen, houden conflicten en ongenoegen in stand.
- Contracteren en hercontracteren.
Organisaties waarin leidinggevenden en medewerkers niet hercontracteren, kunnen verglijden in een achterhaalde visie.
- 'Nemen zoals het is' door verlies of winst te nemen.
Organisaties waarin mensen niet in staat zijn verlies of winst te nemen, rijden 'rondjes om de kerk' met een burn-out als gevolg.

In dit boek leest u hoe u deze reputatievaardigheden op een professionele manier ontwikkelt en toepast.

Fractals en scenarioplanning

In de zevende plaats is dit een uniek boek, omdat er voor gekozen is de leesbaarheid en de toepasbaarheid voorrang te geven op de wetenschappelijkheid. Dit boek gaat over gedragspatronen die zich herhalen. In de chaostheorie heten zich herhalende patronen fractals: fracties van de realiteit. De realiteit is vaak zo complex dat we die niet wetenschappelijk kunnen verklaren.

Met scenarioplanning, een simulatie met behulp van symbolische voorwerpen maakt u deze patronen zichtbaar en kunt u oefenen om uw doel - een positieve reputatie - te bereiken.

Uw bijdrage

In de laatste plaats is dit een uniek boek omdat het een uitgave is dat - net als een tijdschrift - meermalen verschijnt. Reputatiekunde is een jong vak. Dit betekent dat er voortdurend nieuwe ontwikkelingen plaatsvinden, zowel in de theorievorming als in de toepassing. Wij nodigen u uit om mee te denken in het verrijken van de kennis over reputatiekunde. Met als doel bij te dragen aan de ontwikkeling van een nog betere wereld waarin we mogen leven. Met uw bijdrage maakt u dit boek helemaal uniek.

Maarten Kouwenhoven, psycholoog en management consultant.

