

## Competenties van de adviseur

Competentiemanagement was een aantal jaren geleden een echte hype. Voor allerlei beroepsgroepen en functionarissen werden competenties of gedragskenmerken beschreven.

De achterliggende gedachte was dat het in willekeurig welk beroep niet alleen gaat om de kennis en ervaring, maar veel meer hoe je die kennis en ervaring inzet tijdens je werk. Inmiddels is de competentiestorm enigszins geluwd en kunnen we rustiger en met enige afstand kijken naar wat het denken over competenties ons gebracht heeft.

Het woord competentie staat in verband met het woord 'competent', dat volgens Van Dale onder andere betekent: 'tot handelen of oordelen bevoegd, gerechtigd'. Daarmee ligt een basis voor de functie: competent zijn voor je functie betekent dat je tot handelen in die functie bevoegd bent. Misschien door het diploma dat je behaalde, misschien door de vakbekwaamheid die je hebt laten vastleggen. Zo had ik vroeger een collega die in de eerste twee jaar dat hij werkte vaak riep: 'Ik heb mijn startbekwaamheid behaald tijdens het afstuderen, maar nu ben ik het vak aan het leren!' Daarmee wordt het onderscheid tussen 'competent' en 'competentie' duidelijk. Want volgens Van Dale betekent het woord 'competentie' o.a.: deskundigheid, bekwaamheid, vaardigheid, expertise. En nu kun je van jezelf zeggen dat je bepaalde competenties bezit, maar voor een ander wordt dat pas duidelijk als je dat ook laat zien, laat merken. Een andere definitie van het begrip competentie spreekt daarom van: gedragskenmerk. Een goede beschrijving, omdat het duidelijk wordt dat het bij competenties om gedrag gaat. En gedrag ervaar je.

### *Wat heeft competentie management ons gebracht?*

Het besef dat het bij de invulling van een functie om meer gaat dan alleen het bezitten van bepaalde diploma's of aanwezige kennis is voor velen een eyeopener geweest. De focus op het (gewenste) gedrag dat bij de uitvoering van een bepaalde functie hoort, is een van de effecten van al die aandacht voor het competentie management. Dat het denken over competenties ook in veel gevallen heeft geleid tot het opnemen van de belangrijkste te verwachten gedragskenmerken in functiedocumenten en vacatureomschrijvingen, in bedrijfs- en organisatievisies en als uitgangspunt dienst voor opleidingsplannen, ja, dat is de winst.

### *Gedragskenmerken van de adviseur.*

Wat zijn in dit verband de competentie van een adviseur? Wat doet een adviseur eigenlijk? En over welk type adviseur hebben we het? Is er een correlatie tussen bepaalde competenties en bepaalde adviesrollen? Adviesbureau Promundo uit Zeist heeft in een drietal workshops de vaardigheden van de adviseur centraal gesteld. Alle adviseurs, van junioradviseurs tot en met de directie van het bedrijf, volgden workshops over de essenties van het adviesvak. Natuurlijk ging het daarbij over de verschillende competenties en vaardigheden van de adviseurs. Want wat wordt er nu precies van je verwacht, wat verwacht je van jezelf, welke adviseursrol ligt jou het best? Daarop sloot de vraag aan: wat maakt een advies- en acquisitiesgesprek tot een *goed* gesprek?

Dat daarin bepaalde competenties kenmerkend zijn voor de succesvolle adviseur mag duidelijk zijn. Zo werden vier clusters van competenties benoemd die we ook kennen uit het boek 'Professionals en Acquisitie' van Frank Kwakman:

1. Het opbouwen van een relatie;
2. Positionering van jezelf en van de dienstverlening;
3. Context- en situatieverheldering;
4. Commerciële doelen stellen en bereiken.

### *Personal Branding*

Verder inzoomen op de genoemde competenties betekende ook dieper ingaan op je eigen motivatie en de eigen kracht met vragen als:

Hoe zet je jezelf neer in een gesprek?

Waarom moet men jou als adviseur hebben?

Deze 'Personal Branding' leidt tot nadenken over de eigen vaardigheden en het scherp stellen van de persoonlijke ontwikkeling. En wat blijkt? Natuurlijk valt er voor ieder nog het een en ander te ontwikkelen, te leren. Voor de een zal dat betekenen dat zij of hij sneller het initiatief in een gesprek moet nemen, voor de ander betekent dat juist meer en beter luisteren en voor weer een ander zich meer verplaatsen in die gesprekspartner. Maar boven al bleek de boodschap die voor alle deelnemers gold: wees echt!

Acquisitietrucs als: de ferme hand, de uitreiking van het visitekaartje, de aantekeningen uit de voorbereiding... ze werken niet als de gesprekspartner voelt (en dat doet deze!) dat je niet echt bent, dat het maniertjes zijn.

Opdrachtgevers of klanten: het zijn mensen met een goede intuïtie. Zonder het soms te kunnen benoemen weten zij of de adviseur belangstelling *veinst* of dat deze oprecht geïnteresseerd is in de ander en de dilemma's die op tafel liggen.

Wanneer ben je dan 'echt'? Wat we nu precies onder echtheid moeten verstaan is een eeuwig durende zoektocht. Bij echtheid komen synoniemen tevoorschijn als waarheid, wezenlijkheid, authenticiteit, zuiverheid, onvervalstheid, integriteit en natuurlijkheid. We herkennen deze begrippen en eigenschappen direct bij de ander, maar realiseren ons soms te weinig dat deze ook bij onszelf gemakkelijk te herkennen en zichtbaar zijn. De menselijke antennes signaleren direct onechtheid.

Je valt als adviseur door de mand, wanneer je je authenticiteit, je oorspronkelijkheid prijsgeeft ten faveure van het persé binnen willen halen van de opdracht.

#### *Wat dan te doen?*

De slogan: wees echt, wees authentiek helpt je op zich niet verder. Het helpt mogelijk wel om de factoren emotie en ratio bij elkaar te brengen. Nadenken over wat de manier van doen is waarbij jij je prettig voelt, impliceert nadenken over je eigen gevoel, en brengt dus emotie en ratio bij elkaar.

Bij jezelf ontdekken welke emotie je op welk moment voelt, inclusief de verschillende gradaties daarin, is een eerste stap. In zakelijke gesprekken zul je niet altijd die emoties uitspreken, maar bewustwording van je eigen emoties is het belangrijkste.

Een tweede stap is proberen de emoties van je gesprekspartner te signaleren. Het signaleren en interpreteren van de variëteiten in gezichtsuitdrukkingen en houdingen die bij verschillende emoties horen, vereist de nodige oefening. Het levert je wel veel informatie op.

De derde stap is gebruik maken van deze informatie in je gesprekken: wat zie je gebeuren tijdens het gesprek, wat voel je, wat denk je. Deze vorm van metacommunicatie en gevoelsreflectie kunnen je dusdanig veel informatie geven, dat het een gesprek met een (mogelijke) opdrachtgever vlot trekt als het dreigt vast te lopen. Wil je de geconstateerde emoties benoemen, maak dan alleen gebruik van ik-boodschappen: ik zie, ik merk, ik hoor...

Op deze manier kun je er voor zorgen dat je dicht bij je zelf blijft – dus echt. Het is een competentie die met kop en schouders boven alle andere gedragskenmerken uitsteekt, maar ook een die velen van ons nog flink moeten ontwikkelen. Tja, ook het adviesvak is een vak waarin je je constant moet blijven ontwikkelen!

**Hans van Gelderen, Directeur VigorGroep**



**Vigor**groep, training en advies | [www.vigorgroep.nl](http://www.vigorgroep.nl) | [info@vigorgroep.nl](mailto:info@vigorgroep.nl)

06-5230 7279 | Fanny Blankers-Koenstraat 105 | 6833 LC Arnhem  
K.v.K. Arnhem 09147227 | Postbank 4580195