

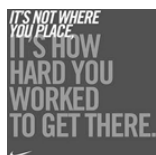
Binnen het perspectief van “De Ondernemende Organisatie” wordt het op een groot aantal aspecten toenemend duidelijker dat er aanmerkelijk beter gepresteerd wordt binnen een ambitieuze omgeving met sterke focus op verandering en verbetering met een krachtig beleid gericht op innovatie.



Het ‘blijvend’ beter willen doen en de nimmer aflatende ‘Push’ om het onderscheidend vermogen om te zetten in tastbare en aantoonbare ‘wins’ werkt enkel als dit ‘cultuureigen’ en geadapteerd is. Ondernemingen worden vaak beter in een “pijn-business” dan in een “plezier business.” Er is simpelweg meer uithoudingsvermogen vereist bij het oplossen van pijn. Hoe dwingender de noodzaak tot ‘oplossingen’ van vraagstukken en/of proposities en wat de ‘verhevigde’ factoren dan ook zijn. Het dwingt tot inzet van ‘Staying Power’ en die maakt het verschil.



Volgens Benjamin Franklin, *The Way to Wealth*, “*There are no pains without gains.*” Oftewel, Op de weg naar rijkdom, “Geen winst zonder pijn”. Of volgens een Chinese ‘benefit metafoor’ *if you don't eat the bitterest of the bitter, how will you taste the sweet of the sweet.* Als je niet het bitterste van het bittere hebt gegeten, hoe wil je dan het zoete van het zoete kunnen proeven.



Binnen de arena Business Continuity Management, nog specifiek, het Crisis Management proces daarbinnen valt of staat met de ‘Apetite to Challenge’ en het omgaan met ‘Pain Drivers’ sterker nog, ‘No Pain, No Gain’. Kortom zowel binnen de business as usual, als de business as not usual is pijn altijd een emotie en emoties leiden altijd tot een ‘conversie’. Simpelweg, het vervangen of opvolgen van de ene al of niet (economische) activiteit door een andere met een voorgesteld (overtreffend) resultaat als doel.

Pijn en plezier in die volgorde, is niet zonder reden. Indien er binnen de procesbesturing en de control ervan geen ongelijkheid zou bestaan en beleid van organisaties enkel gebaseerd zou zijn op een ‘kalme constante’ is het éénvoudigweg niet mogelijk snelle beweging in te zetten. Organisaties die in staat zijn probleemstellingen en pijnfactoren te adresseren en te accepteren of zelfs te verhevigen zijn aanmerkelijk beter in staat oplossingen te bieden en betere prestaties te leveren. Hoe dwingender de oplossing, hoe sneller zich dit uitbetaald. Bovendien, organisaties worden er beter van.

Expert analyse toont aan dat “pijn-business” een “plezier Business” gaat (kan) worden. Binnen het Business Continuity Management proces zijn er een aantal methodes & technieken beschikbaar die nadrukkelijk ingaan op interventies en de transformatie van volgende reactiviteit naar excellent onderscheidend vermogen.

Indien organisaties in staat zijn blijvend het ‘Wheel of Fortune’ in beweging te houden, Gefeliciteerd!, de voorsprong is ingezet en laat dan de ‘hakken in het zand’ populatie aantonen waarom zij juist achterblijven.

Er zijn echter meer componenten die relevant zijn bij het identificeren, scherpstellen en oplossen van pijnfactoren. Het begint met een heldere risicoanalyse die boven het ‘gerechercheerde’ en rationele uitstijgt. Bovendien een andere en juist meer een ‘future view’ heeft en tegelijkertijd een ‘pijn factor’ heeft. Het is nu eenmaal een waarheid dat bijna altijd gemakkelijker is om een oplossing voor een huidige, intense pijn te accepteren dan een middel te creëren voor iets ‘gewoon’ vervelends of wat nog gewoon een ‘lopend proces’ is.

Immers het bellen van een slotenmaker of loodgieter in noodgevallen zal bijna intuïtief gebeuren. Het is ook makkelijker een nieuwe auto te kopen als de reparatiekosten de waarde te boven gaan. Het is tenslotte altijd gemakkelijker om aspirines te verkopen dan vitaminen. Dus, kijk voor de pijn. Denk aan dingen die de mensen verstoren, frustreren, dringende of ongemakkelijk actoren. Vervolgens, met de pijn duidelijk erkend en in het achterhoofd, tandwielen schakelen en behandelingen ontwikkelen. Gericht op genezing.

“*There are no pains without gains.*”

– Benjamin Franklin

Leiders van ondernemingen worden vaak nogal opgewonden als ‘pijn’ met behulp van geïdentificeerde voorbeelden als een synoniem voor “de behoeften van de klant”, “klantenproblemen” of “organisatieproblemen” gepresenteerd worden. Het kan als ‘over de top’ beschouwd worden als de kalmerende pijn voor de klant of organisatie aangestipt wordt in plaats van ‘needs’ & ‘musts’, behoeften of voorkeuren te besturen. Klanten zijn mensen, medewerkers zijn mensen en zij waarderen de wereld binnen en buiten de organisatie door het prisma van hun ervaringen. Ze zien de uitdagingen of storen zich aan hen/hun pijn, maar zijn vaak zelfstandig in staat de juiste ‘medicatie’ te vinden. Back Tracking is dan vaak de enige optie.