

Beste lezer,

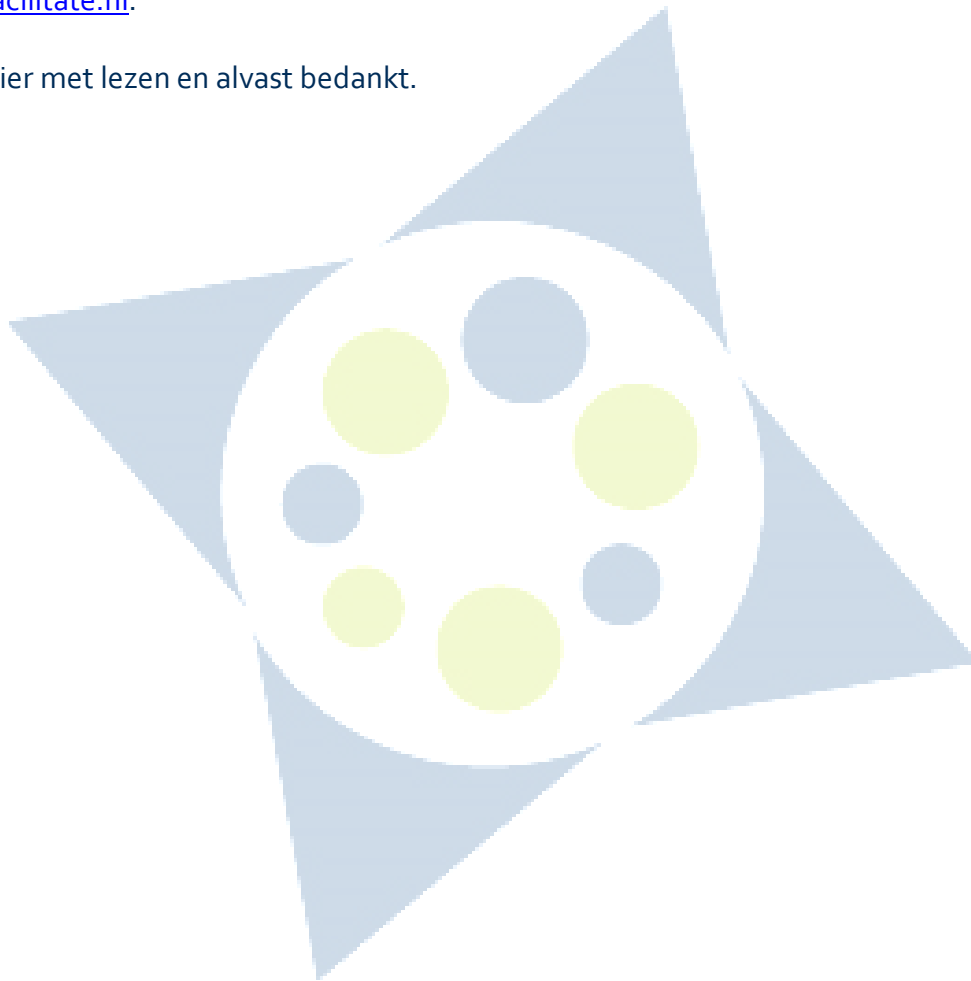
Op de pagina's hierna staan de boekrecensies die ik geschreven heb en die eerder gepubliceerd zijn in één van de tijdschriften van Kloosterhof Uitgeverij: Tijdschrift voor Organisatie Ontwikkeling, Tijdschrift voor Coaching.

Achter elke boektitel en achter elke cover zit een hyperlink. Als je daarop drukt, kom je direct op de goede pagina bij managementboek.nl terecht. Wil je het boek aanschaffen maak dan s.v.p. gebruik van deze link.

Wil je meer weten over een bepaald boek? Schroom dan niet mij te mailen info@2facilitate.nl.

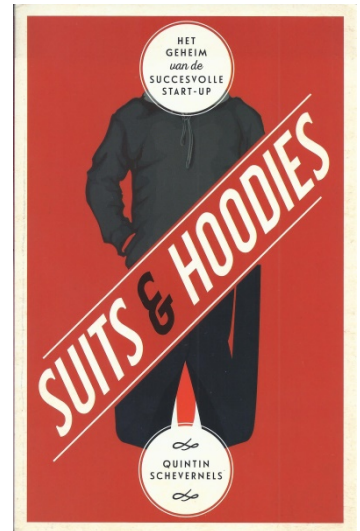
Veel plezier met lezen en alvast bedankt.

Henri



Suits & Hoodies – Het geheim van de succesvolle start-up, Quintin Schevernels, Business Contact, 2016, ISBN 978 90 470 0879 8

Dit boek gaat over wat geslaagde start-ups en succesvolle corporates gemeen hebben. Het voordeel is dat de auteur bij beide soorten bedrijven in diverse posities gewerkt heeft (TMG, Randstad, Layer) en dus vanuit zijn ervaring kan spreken. Hij geeft dan ook in het boek heel veel voorbeelden van zijn eigen ervaringen. Maar het boek bevat ook veel bekende voorbeelden (Apple, Google, Zappos, Facebook en Kodak), die hij vanuit zijn eigen visie toelicht en daardoor net in een ander licht zet. Door de voorbeelden is het boek heel leesbaar en leest het eerder als een goed journalistiek verhaal dan als een managementboek. Maar pas op: het boek heeft een duidelijke boodschap: wil je als start-up slagen of wil je blijven voortbestaan als corporate, dan zijn er zeven essentiële factoren waaraan je moet voldoen:



1. Groot dromen
2. Vernieuwing
3. Product
4. Cultuur
5. Talent
6. Focus
7. Funding.

Deze zeven factoren worden uitgebreid beschreven in deel 2 van het boek. In deel 1 schets de auteur de context. In deel drie behandelt hij de exit-strategieën.

Van de drie delen is deel 2 natuurlijk het dikst. In de zeven hoofdstukken van dit deel kiest hij net een andere insteek dan andere auteurs. Het hoofdstuk product bijvoorbeeld gaat natuurlijk wel degelijk ook over klantbeleving. En zo gaat het hoofdstuk cultuur natuurlijk ook over strategie, visie, (faciliterend) leiderschap, samenwerking etc. Door de hoofdstukken op deze manier te benoemen worden de onderdelen die er onder vallen geïntegreerd en zijn ze niet los van elkaar te zien.

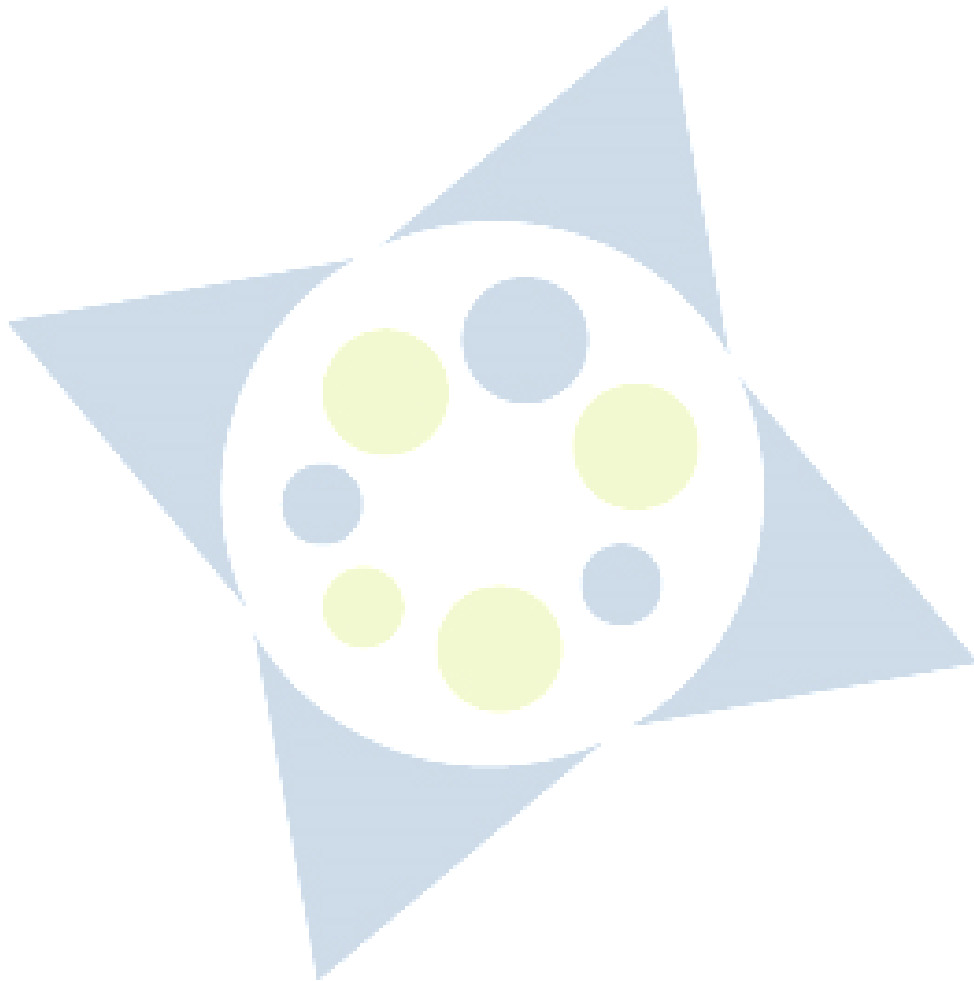
Verder bevat elk hoofdstuk legio tips waarop je als ondernemer moet letten als je een bedrijf runt.

Wat het boek ook prettig leesbaar maakt, zijn de citaten die tussendoor geplaatst zijn. Verder bevat elk hoofdstuk aan het eind het onderdeel 'meer lezen' met daarin literatuurtips over dat hoofdstuk.

Natuurlijk eindigt het boek ook met een uitgebreide lijst met literatuur en verwijzingen.

Het deel over exit-strategieën is het minste deel van het boek. Het is vrij summier beschreven en bevat ook het minste aantal tips. Voor mij had hij het weg mogen laten.

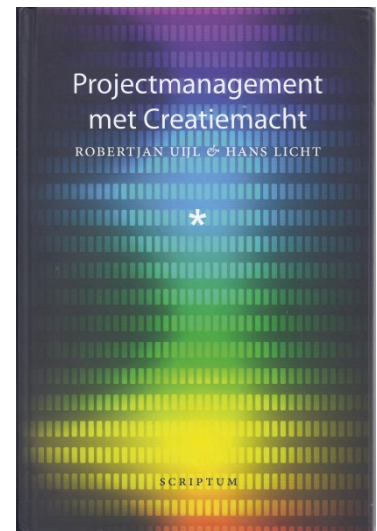
Bovendien als je een bedrijf start dat succesvol wordt, heb je niet direct de intentie om het te verkopen of te beëindigen.



**Projectmanagement met Creatiemacht, RobertJan Uijl
en Hans Licht, Scriptum Management, 2015,
ISBN 978 90 5594 983 0**

'Projectmanagement met Creatiemacht' kan gezien worden als een vervolg op 'Projectmatig Creëren' een 'Projectmatig Creëren 2.0'. De kracht van deze aanpak is dat de methode meer mensgericht is. Het gaat om het vinden van de juiste balans tussen de 'ik', de 'wij' en de 'het' in projecten.

Projectmanagement met Creatiemacht gaat met name in op de multi-stakeholder omgevingen zoals we die bijvoorbeeld kennen in het publieke domein, maar die natuurlijk ook gelden in complexe organisaties. Deze multi-stakeholder omgeving wordt door de auteurs het opdrachtgevend systeem genoemd. De projectgroep die het project uitvoert, is het opdrachtnemend systeem. Door het boek klinkt duidelijk de boodschap dat projecten alleen kunnen slagen als er een goede samenwerking en co-creatie is tussen deze beide systemen. De projectleider of -manager is hierin samen met de opdrachtgever de spil die beide aan elkaar verbindt.



Het boek bestaat uit twee delen. Deel 1 geeft een onderbouwing van de visie van de auteurs. In deel 2 worden de 4 fases van het project (startfase, definitiefase, uitvoeringsfase en implementatie en afsluiting) afzonderlijk behandeld. In deze hoofdstukken vindt de verdieping vanuit de visie van de auteurs naar deze fases plaats. Daarmee laten de auteurs de lezer bewust worden wat het effect van hun visie is. Dit wordt toegelicht a.d.h.v. praktijkvoorbeelden en een aantal handige methodes. Door juist niet de verdieping in te gaan met methodes blijft het boek heel goed leesbaar en blijft de omvang van het boek redelijk beperkt tot 183 pagina's. Ruim de helft minder dan 'Projectmatig Creëren 2.0'. Ben je dus op zoek naar methodes om de visie van de auteurs daadwerkelijk in de praktijk brengen, dan is dit niet het juiste boek.

Terecht wordt in het boek regelmatig opgemerkt dat je je als projectleider op twee vlakken moet laten ondersteunen door specialisten: communicatie en procesmatige begeleiden van groepen (faciliteren). M.i. wordt onvoldoende benadrukt dat met name deze laatste specialist de projectleider kan versterken, omdat het in multi-stakeholder omgeving vrijwel ondoenlijk is om tegelijkertijd op de content, het sturen van het project en het proces te letten.

Kortom: dit boek geeft een zeer goed overzicht op welke manier je in dit soort omgevingen projecten kunt leiden. Het zou eigenlijk standaard literatuur voor elke projectleider en -manager moeten zijn.

Spiekbriefjes voor topmanagers – ALLE modellen in ÉÉN boek, Tjip de Jong, Utrecht, 2014, ISBN 978 94 91552 04 5

Alle modellen in één boek?

Nou niet alle, maar wel heel erg veel: 92 om precies te zijn.

Dan is dat zeker wel een heel dik boek en eigenlijk bijna onleesbaar?

Nou nee, het is een verschrikkelijk handig boek. Elk model wordt beschreven én gevisualiseerd op 2 pagina's. Het boek is daardoor maar 216 pagina's dik.

Oh, maar dan is het zeker zo globaal dat je er niets meer van begrijpt.

Nee, Tjip de Jong heeft het voor elkaar gekregen om alle modellen begrijpelijk te beschrijven. Per model geeft hij aan: waar het model bij helpt, wat de belangrijkste boodschap van het model is, waarom het model populair is, wanneer je het niet moet gebruiken, wat handig is om te weten, een verdieping voor de uitblinkers, naar welk model je ook moet kijken, hoe hij aan de kennis is gekomen en een bronverwijzing.

Wow, dat klinkt handig als je snel iets wilt weten over een model. Ze staan zeker alfabetisch gesorteerd?

Nee, de modellen zijn heel overzichtelijk over 9 gebieden verdeeld: van strategie, via managen, leiderschap, veranderen, investeren, communiceren, coachen, innoveren, naar leren. Gelukkig is er ook nog een alfabetische indeling van de modellen.

Als ik naar die 9 hoofdstukken kijk, dan zie ik ook gelijk welke gebieden ontbreken.

Klopt, gebieden als Marketing (bijv. Kotters 4 P's van marketing, Curry's Piramide), operationele modellen (bijv. Goldrath's Theory of Constraints, Kaizen), teamrollen (bijv. Belbin, MBTI, Emergenetics) staan er niet in. Natuurlijk ontbreken er ook in de wel opgenomen gebieden modellen (bijv. het RA(S)CI-model).

Dat laat onverlet, dat dit een heel overzichtelijk en toegankelijk boek is. Een boek dat je gewoon moet hebben om snel weer precies te weten hoe een model in elkaar zit. Wil je meer weten, dan zijn de bronverwijzingen handig. Nu maar hopen dat Tjip de Jong doorgaat met schrijven en een tweede deel uitbrengt met nog meer spiekbriefjes.



Thinking in New Boxes - Een nieuw paradigma voor creativiteit, Luc de Brabandere en Alan Iny, LannooCampus Leuven, 2014, ISBN 978 90 820 3373 1.

Beide auteurs zijn in het verleden werkzaam geweest bij de Boston Consulting Group (BCG). In dit boek beschrijven zij in tien hoofdstukken uitvoerig hoe bij BCG creativiteit ingezet wordt om tot nieuwe of vernieuwende business modellen voor hun klanten te komen.



In de hoofdstuk 1 t/m 3 laten ze zien dat we geneigd zijn om in bestaande boxes (denkkaders) te denken als we naar oplossingen voor problemen zoeken. Door juist deze denkkaders los te laten en je blik te verruimen kom je in een latere fase tot vernieuwende ideeën. Daarom is het goed om eerst in kaart te brengen wat de huidige boxes zijn om deze vervolgens ter discussie te stellen en nieuwe boxes te creëren. In deze fase wordt ook de centrale onderzoeksvraag aangescherpt.

In de tweede stap die je hierna zet worden de nieuwe boxes verkend. Er worden marktonderzoeken gedaan, concurrentieanalyses etc. Na deze stap komen de bekende stappen: divergeren van ideeën, convergeren, her evalueren.

Uitdrukkelijk stellen de auteurs dat het hele proces of delen van het proces regelmatig herhaald moeten worden, omdat de ontwikkelingen steeds sneller gaan en je dus ook je bedrijf steeds moet blijven aanpassen.

De theorie in het boek wordt ondersteund door een groot aantal voorbeelden van bedrijven over de hele wereld die deze aanpak hebben gehanteerd. Hier en daar worden gebruikte werkvormen kort aangeduid.

De theorie die behandeld wordt in dit boek is niet nieuw. Wel is de insteek anders. De problematiek van business vernieuwing wordt benaderd vanuit de business waarbij creativiteit ingezet wordt. In andere boeken staat juist vaak de creativiteit centraal. Daarmee is dit boek uitermate geschikt voor managers die inzicht willen krijgen in de redenen waarom en de aanpak om hun business te verbeteren. Dat wil niet zeggen dat managers daarna in staat zijn om dit zelf toe te passen. De auteurs stellen dat de inzet van een facilitator of een organisatie adviseur nodig is om de deelnemers aan de workshops in dit proces procesmatig door de stappen te leiden, zodat de deelnemers zich volledig met de inhoud bezig kunnen houden.

Voor een boek dat in zijn subtitel creativiteit voert, wordt er in dit boek erg weinig gewerkt met illustraties en uitgewerkte voorbeelden van creativiteitswerkvormen. Dat maakt het boek minder geschikt voor hen die op zoek zijn werkvormen.

**WOW! Wat een verschil, Jitske Kramer, Thema,
Zaltbommel, 2014, ISBN 978 90 5871 879 2.**

Wow, wat een verschil tussen de eerste en de tweede druk. Over de eerste druk was ik al enthousiast, maar de tweede druk overtreft duidelijk de eerste. Het boekje is bijna tweemaal zo dik geworden.

Jitske Kramer, trainer van het jaar 2013, definieert in het begin van het boekje 8 principes die tot inclusie moeten leiden: heel simpel en duidelijk uitgelegd in maximaal 650 woorden.

Inclusie gaat over eigenheid en gezamenlijkheid. Een cultuur waarbij mensen zich inzetten voor een gemeenschappelijk doel, waarbij zij door zichzelf te zijn hun eigen talenten tot hun recht laten komen: een 'inclusieve cultuur'. Door de 8 inclusie principes toe te passen, leidt dit tot een open samenwerkingscultuur binnen bedrijven, verenigingen, organisaties. Waardoor deze succesvoller worden.

De inclusie principes zijn: Kloon niet, Zie de macht van macht, Daag de waarheid uit, Geniet van het onbekende, Niet of/of maar en/en, Zoek actief naar het alternatief, Varieer in ritme en Doe het samen. Het klinkt simpel, maar de praktijk lijkt soms weerbarstiger.

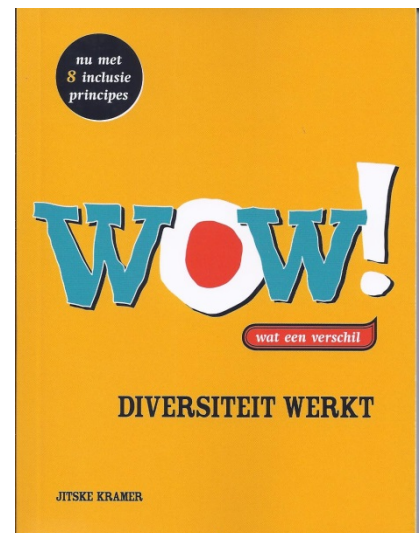
De inclusie principes verbindt ze vervolgens met een aantal thema's uit haar eerdere werk, zoals diversiteit (verschillen en overeenkomst), cultuurtypen (Het Lewis model), stadia intercultureel bewustzijn, perspectief wisseling, Polarity map en natuurlijk deep democracy. De thema's werkt ze heel kort, duidelijk en visueel in maximaal 175 woorden uit. Ze zijn zo toepasbaar in je werk. De verbinding tussen de inclusie principes en de thema's is heel natuurlijk, haast ritmisch. Hierdoor versterken ze elkaar.

Het is een heel visueel boekje dat uitnodigt te bladeren en te lezen. Visueel door het gebruik van tekeningen en foto's op alle pagina's. Hierdoor krijgt de boodschap die Jitske over wil brengen een tweede verdiepende laag. Zelfs de verwijzing naar de bronnen van de behandelde theorieën is gevisualiseerd. Maar ik zou dit boekje geen recht doen als ik zou stellen dat het alleen een visueel boekje is.

Mis ik nog wat? Ja, de eerste druk had een omslagflap. Dat heeft de tweede druk niet. Dat is jammer, maar gelukkig slechts bijzaak.

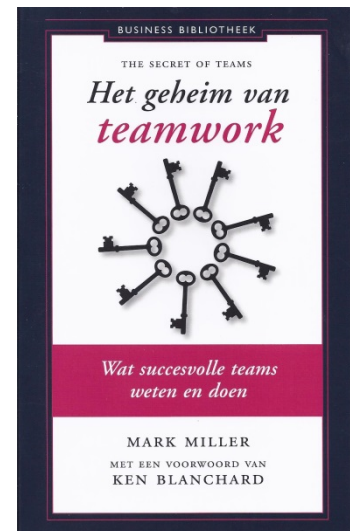
Door deze tweede druk is WOW! nog meer een boekje geworden om weg te geven, te krijgen en te koesteren. Eigenlijk een boekje dat elke manager op zijn nachtkastje moet hebben liggen en moet kunnen dromen.

Eind mei verschijnt 'Wow! What a difference'. De Engelse versie bij uitgeverij HumanDimensions Publications.



Het geheim van Teamwork – Wat Succesvolle teams weten en doen, Mark Miller, Business Contact, Amsterdam/Antwerpen, 2013, ISBN978 90 470 0538 4.

High Performance Teams (HPT) zijn een hot item om over te schrijven. De meeste auteurs benaderen dit onderwerp vanuit een theoretisch perspectief. Miller maakt er een parabel van. Daphne wil de resultaten van het team verbeteren en gaat daarom met steun van haar manager Jac op zoek naar de elementen die een team tot een HPT maken. Samen met haar team bezoekt ze de leidinggevenden van drie teams waarvan haar teamleden vinden dat ze een HPT zijn: een oud-commandant van de corps commandotroepen, het Molenaar raceteam en een vestiging van een grote restaurantketen.



Uit deze bezoeken leidt ze samen met het team af dat vier elementen bepalend zijn voor het bereiken van een HPT: inzet van medewerkers op hun talent, vaardigheden van teamleden, groepsgevoel van het team en het bereiken van resultaten met elkaar. Daarnaast is de rol van de manager cruciaal. Hij/zij dient zich als dienend/coachend leider op te stellen. Daphne gaat met deze elementen samen met haar team aan de slag. Om de ideeën vervolgens met wisselend succes bedrijf breed? uit te rollen. Deze laatste stap komt onverwacht en wordt dan ook niet of nauwelijks gemotiveerd.

In het verhaal komen meerdere punten naar voren die belangrijk zijn om goed op te pakken, zodat het team ook inderdaad een HPT wordt. De punten worden geduïd, maar er wordt door de verhaaltrant van het boek te weinig aandacht aan besteed. Daarnaast wordt de aanpak van Daphne om tot een HPT te komen als ultieme waarheid gepresenteerd, terwijl er ook andere mogelijkheden zijn.

De vertaling is op punten niet sterk. Onduidelijk is waarom oorspronkelijk Amerikaanse namen omgezet zijn naar Nederlandse namen. Op twee plekken wordt plotseling de oorspronkelijke naam van Daphne gebruikt. Vreemd is ook dat één van de voorbeeldcases duidelijk omgezet is naar een Nederlandse case, terwijl daar eigenlijk helemaal geen aanleiding voor is.

Persoonlijk irriteert de gehanteerde vertelvorm mij mateloos. Dat maakt het onderwerp van de ene kant toegankelijk, maar aan de andere kant wordt het hierdoor wel erg simplistisch. Door de verhaaltrant laat het boek zich echter wel makkelijk citeren.

Kortom: het boek is leuk om te lezen, het zet je aan het denken, maar heeft als management literatuur te weinig diepgang.

Het werkgeheugen – Gerichte ondersteuning bij leerstoornissen, Tracy Alloway, SWP, Amsterdam, ISBN 978 90 8850 485 3.

Laat ik voorop stellen dat ik dit boek niet als specialist op dit gebied gelezen heb, maar als vader van een zwaar dyslectische dochter. De vragen die ik me dan ook voorafgaand aan het lezen gesteld heb, zijn:

- Wordt in dit boek voor een leek een duidelijke uitleg gegeven over het verband tussen een leerstoornis, zoals dyslexie, en het werkgeheugen?
 - Herken ik hetgeen beschreven wordt?
 - Krijg ik inderdaad gerichte ondersteuning bij leerstoornissen, zoals de subtitel belooft?
- De twee eerste vragen kan ik positief beantwoorden. Op de derde vraag kan ik slechts deels positief beantwoorden.

Tracy Alloway behandelt in het eerst hoofdstuk het werkgeheugen: de werking ervan, de ontwikkeling vanaf kindertijd, het ontbreken van de samenhang met het IQ. In het tweede hoofdstuk gaat ze in op de diagnostiek: verbaal resp. visueel ruimtelijk werkgeheugen, leerstoornissen, diagnose.

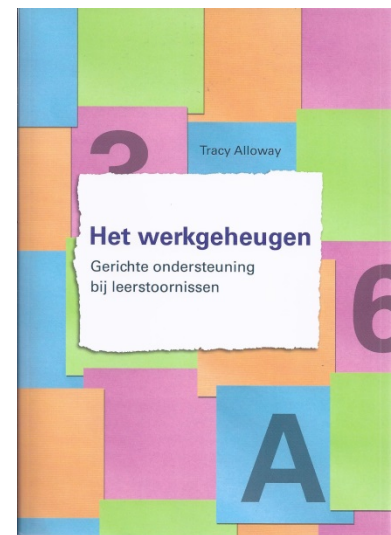
In de vijf hoofdstukken die hierop volgen behandelt ze achtereenvolgens: dyslexie, rekenstoornis, dyspraxie, ADHD en de stoornissen in het autistische spectrum. Deze hoofdstukken hebben gelijke opbouw: beschrijving van de stoornis, het gedragsprofiel, de diagnose, het betreffende brein, cognitief profiel, verwante stoornissen en strategieën.

Het achtste en laatste hoofdstuk gaat over strategieën en training voor leerlingen.

Het boek is verrijkt met veel praktijkvoorbeelden, dat maakt het erg leesbaar en herkenbaar. Wetenschappelijke conclusies worden onderbouwd door verwijzingen naar wetenschappelijk onderzoek. Dit zorgt voor een betrouwbare uitstraling. Simpele testjes worden aangereikt om stoornissen herkenbaar te maken. Heel plezierig: elk hoofdstuk wordt afgesloten met een korte samenvatting van hetgeen in dat hoofdstuk behandeld is. De eerste twee hoofdstukken en een groot gedeelte van het hoofdstuk over dyslexie zorgen voor de beantwoording van mijn eerste twee vragen. Ik begrijp de samenhang tussen dyslexie en het werkgeheugen nu goed en ik herken het bij mijn dochter.

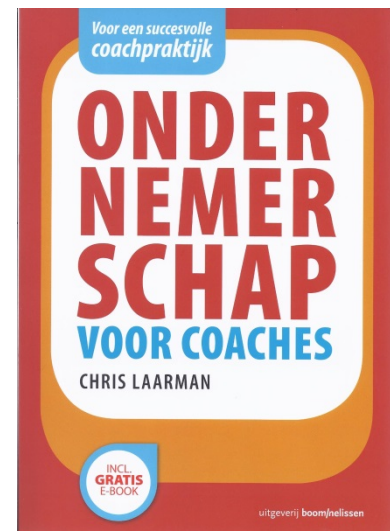
Het laatste deel van het hoofdstuk over dyslexie en het achtste hoofdstuk moeten zorgen voor de beantwoording op mijn derde vraag. Helaas slaagt Tracy Alloway daar niet in. Ze geeft wel een paar tips voor het toepassen van strategieën, maar deze tips gaan wat mij betreft niet ver genoeg. Dat is jammer.

Kortom het boek geeft goed inzicht in de samenhang tussen het werkgeheugen en de vijf genoemde leerstoornissen. Het is geen uitgebreide handleiding voor het behandelen van kinderen met deze leerstoornissen.



Ondernemerschap voor coaches, Chris Laarman, Boom/Nelissen, Amsterdam, 2013, ISBN 9789024402731.

Chris Laarman heeft tijdens het schrijven van dit boek geput uit zijn eigen jarenlange ervaring als zelfstandig coach en uit die van deelnemers aan zijn workshops. Hierdoor is hij in staat in 7 hoofdstukken helder en overzichtelijk te beschrijven wat er allemaal komt kijken bij het opzetten van een succesvolle coachpraktijk. Het gaat hierbij om activiteiten die te maken hebben met de bedrijfsvoering. Om die reden is dit boek ook geschikt voor andere Zelfstandig Professionals (ZP'ers). Ik denk hierbij aan facilitators, organisatie adviseurs, trainers ed. De paar stukken die specifiek op een coachpraktijk gericht zijn, moeten deze lezers dan maar voor lief nemen.



Bij de opbouw van het boek volgt Chris Laarman de stappen die je als aspirant zelfstandige moet zetten om een onderneming op te richten.

Het eerste hoofdstuk gaat over 'van idee naar realisatie'. Aan de hand van twee modellen, SWOT en kernkwaliteiten, wordt de noodzakelijke zelfanalyse toegelicht. De formele regelingen, zoals inschrijving in de KvK komen in hoofdstuk 2 aan de orde. Met het MATRICS- en SPIN-model worden handvatten voor het acquisitiesgesprek gegeven. Hoofdstuk 3 geeft praktische tips bij het schrijven van teksten en bij het netwerken. De organisatie van je administratie en gedisciplineerd werken staan in hoofdstuk 4 centraal. In hoofdstuk 5 geeft hij een overzicht van wat er allemaal komt kijken bij het voeren van een boekhouding. In het laatste inhoudelijke hoofdstuk gaat hij in op 'als het niet goed gaat'. Hij geeft tips en vermijdt de onderwerpen surseance en faillissement niet. Het laatste hoofdstuk is een toolkit met voorbeeldteksten voor algemene voorwaarden, checklist contracten, annuleringsregeling, handige websites etc.

Kortom:

Als aspirant zelfstandige krijg je een goed overzicht van wat er allemaal op je afkomt bij het opzetten van een bedrijf. Hierbij moet de lezer zich wel realiseren dat het een overzicht is. Chris Laarman gaat in geen enkel hoofdstuk echt de diepte in. Hoofdstuk 1 en 2 gaan hierbij het diepst; de hoofdstukken 3 t/m 6 blijven oppervlakkig. Maar diepgang is dan ook niet de bedoeling van dit boek. Wil je meer weten over een specifiek onderwerp dan verwijst hij in de literatuurlijst naar een aantal boeken.

Als al gevestigd zelfstandige is het waarschijnlijk allemaal een bekend verhaal, maar mogelijk doe je bij het lezen een aantal ideeën op om je eigen bedrijf verder te optimaliseren .

Offertes schrijven in 90 minuten, Marc Draijer, Boom/Nelissen, Amsterdam/Antwerpen, 2013, ISBN9789024402229.

Een nieuwe loot aan de stam van de praktische 90-minuten reeks. Ook voor dit boekje geldt weer: handig formaat, gratis e-book, makkelijk en snel te lezen en boordevol handige tips. Voor het laatste geldt natuurlijk wel: hoe meer ervaring je hebt met het schrijven van offertes, hoe minder je er uit haalt.

Het boekje is geschreven op basis van de vele trainingen die Marc Draijer over dit onderwerp gegeven heeft en die ervaring lees je in de tips en voorbeelden goed terug.



Het boekje is verdeeld in vijf logische hoofdstukken. Het eerste hoofdstuk gaat in op de algemene opzet van een offerte. In de volgende hoofdstukken worden vier onderwerpen uitgediept: vertaling van behoefte naar aanbod, offerte als betoog, juridisch en offerte als visitekaartje. Onderbouwingen en voorbeelden versterken het betoog en vormen zo een geheel. Wel komen de voorbeelden vaak uit de productensector. Voorbeelden uit de dienstensector, zoals facilitering, coaching, training, (organisatie) advies komen (helaas) minder vaak voor. Maar ook voor die doelgroep is er genoeg te halen.

Door de bondige vorm van het boekje ontbreken er natuurlijk ook onderwerpen. Er wordt bijvoorbeeld geen aandacht besteed aan andere vormen van een offerte dan een tekstdocument. Denk bijvoorbeeld aan presentaties, films ed. Een omissie is dat niet, want het gaat in dit boekje om basisinformatie en ook voor deze vormen geldt dezelfde basisopzet zoals in het boekje is opgenomen. Wel was het handig geweest als deze andere vormen wel opgenoemd waren.

Kortom eenhandig boekje voor elke startende ondernemer, maar ook de meer ervaren ondernemer kan in kort tijdsbestek weer focus krijgen op een goed opgezette offerte.

Lia Bijkerk, Titia van der Ploeg, Aan het werk met actiekaart, Thema, Zaltbommel, 2018, ISBN 978 5871 588 3

Al jarenlang ben ik grote fan van de actiekaarten van Lia en Titia. Ik vond het dan ook jammer dat de kaarten uitverkocht begonnen te raken. Gelukkig is er een nieuwe druk verschenen. De set heeft nog steeds de mooie en handige vormgeving. Er is één kaart aan toegevoegd: de snelgids. Handig als je niet bekend met de actiekaarten.

Maar waarom vind ik de actiekaarten zo handig? Hiervoor zijn een aantal redenen.

Meervoudige Intelligenties

De kaarten zijn gebaseerd op de theorie van Howard Gardner over meervoudige intelligenties. Lia en Titia spreken in de 2^e druk liever over talenten i.p.v. intelligenties. Een term die beter overeenkomt met waar het om gaat. Iedereen heeft zo zijn eigen talenten: de een heeft een groter talent voor logisch-mathematische zaken, de ander heeft meer talent voor lichamelijk-kinesthetisch. Zo heeft Gardner 8 talenten gedefinieerd. De valkuil van trainers en facilitators is dat ze werkvormen kiezen die aansluiten bij hun eigen talenten. Deelnemers hebben over het algemeen ook andere talenten. Door nu de werkvormen te gebruiken die alle talenten raken, zorg je er voor dat je deelnemers betrokken blijven. In de set van 64 kaarten zitten voor elk talent 8 actiekaarten. Hierdoor heb je dus een ruime keuze en kun je dus ook een werkvorm kiezen waarvoor je zelf minder talent hebt.

De actiekaarten hebben een verschillend doel

Een andere doorsnede van de kaarten betreft het doel van de kaarten. Er zijn drie soorten kaarten: toetsende kaarten, creatieve kaarten en reflecterende kaarten. Met deze drie soorten kun je een groot deel van een bijeenkomst vullen.

Stappenplan

De kaarten bevatten een duidelijk stappenplan:

- Eerst wordt uitgelegd welke stappen er tijdens de voorbereiding nodig zijn.
- Indien van toepassing worden de stappen die tijdens de uitvoering nodig zijn toegelicht.
- Elke kaart eindigt met één of meer praktijkvoorbeelden.

Vormgeving



De kaarten zijn schitterend vormgegeven. Hierdoor zijn ze aantrekkelijk voor zowel mensen met een verbaal-linguïstisch talent als met een visueel-ruimtelijk talent. Het stappenplannen raakt de mensen met een logisch-mathematisch talent. De mensen met een naturalistisch talent (veel facilitators hebben dat) krijgen er door de set weer 64 werkvormen bij. Zo worden door de vormgeving al vier talenten geraakt.

Twisten van werkvormen

Als je enige tijd gebruik maakt van de kaarten ga je nieuwe mogelijkheden ontdekken. Je kunt een actiekaart twisten zodat hij een ander talent stimuleert. Je kunt ook de actiekaart aanpassen, zodat hij een ander doel gaat dienen. M.a.w. van een reflectieve actiekaart maak je een toetsende actiekaart of een creatieve actiekaart.

Handleiding

Bij de set zit een handleiding waarin je zowel een uitgebreide toelichting krijgt op de meervoudige talenten als op het toepassen van de actiekaarten.

Mijn gebruik

Zelf gebruik ik de actiekaarten graag aan het eind van de eerste dag van mijn training '[Faciliteren van Professionals](#)'. Dit onderdeel bestaat uit 4 stappen:

- Eerst geef ik een toelichting op de Meervoudige Intelligenties (talenten).
- We kijken met de deelnemers terug op de werkvormen die die dag gepasseerd zijn en koppelen ze aan de talenten.
- We laten de deelnemers hun score op een vooraf ingevulde test met elkaar bespreken.
- Tenslotte gaan ze met een actiekaart aan de slag. Hierbij kiezen ze een actiekaart van een talent waarop ze laag scoorden. Deze actiekaart gaan ze daadwerkelijk met de groep uitvoeren. De opdracht daarbij is om een samenvatting te maken van de stof die die dag behandeld is.

Vincent Andriessen, Opvallen met Visual Storytelling in 60 minuten, Haystack, 2019, ISBN 978 946 126 33 46

De titel van dit boek verleidde mij het te kopen. Ik dacht handige tips te krijgen over het maken van tekeningen. Helaas: niets is minder waar. Het boekje gaat over het visual stories op internet. De titel had wat mij betreft dan ook beter 'Opvallen met Visual Storytelling op Internet' kunnen heten.

Toch is het een handig boekje. In het eerste deel staan heel veel tips over hoe je webpagina's visueler maakt door gebruik te maken van video, geluid, infographics, foto's, animaties en kaarten. Deze hoofdstukken bevatten ook verwijzingen naar handige sites waar je tools kunt vinden.

Het tweede van het boekje gaat over de tools die je kunt gebruiken om webpagina's te maken. Denk aan Google Sites, Wordpress, Microsoft Sway, Pageflow en Webflow.

Je krijgt geen uitleg over het opbouwen van je story of uitleg over het gebruik van de tools.

Conclusie

Als je behoefte hebt om je webpagina's visueler te maken en onvoldoende kennis hebt van de tools en andere hulpmiddelen die je kunt gebruiken is het een handig boekje.

