

SUMMUM ADVIES B.V.

Meer uit mensen halen

Foto: Kenneth Tan

Iedereen kent wel het verhaal van bijvoorbeeld de 'eenvoudige' productiemedewerker, die in zijn vrije tijd voorzitter of penningmeester is en de meest complexe evenementen succesvol organiseert. Een fenomeen waaruit blijkt dat er nog altijd slordig wordt omgesprongen met het potentieel van medewerkers. Opvallend. Zeker in een tijd, waarin het zo van belang is om het optimale uit je mensen te halen". Aanleiding voor Patrick van Schendel, directeur en oprichter van Summum Advies, om hier serieus werk van te maken. Al bijna 10 jaar werkt hij als "niet-psycholoog" in een branche, die juist gedomineerd wordt door psychologie. Een bijzonder gedreven ondernemer met een net zo bijzondere visie. Een gesprek over stoomboten, betonnen zwemvesten, mystificerend jargon en, last but not least, écht succes.

GEEN ONBEKENDE In januari richtte Patrick Summum Advies op. Hij is geen onbekende op het gebied van Tests- & Talentmanagement. De afgelopen 9 jaar werkte hij met succes bij RMO International. Patrick: "Ik heb me bij RMO in de volle breedte ontwikkeld in de HR-discipline en eveneens veel ervaring opgedaan met organisatieadvies. Een geweldige tijd. Ik heb mooie dingen mogen doen veel inspirerende mensen ontmoet. Patrick blijft vooralsnog als aandeelhouder verbonden aan RMO. "De laatste jaren ben ik me echter meer en

meer gaan specialiseren. Terwijl RMO zich in de breedte ontwikkelt, wil ik meer de diepte in. Met Summum kan ik dat realiseren en mijn ideeën om het presteren van mensen in organisaties te verbeteren, verder ontwikkelen."

STOOMBOTEN Bij testen wordt al snel de link met psychologie gelegd. Patrick: "psychologie is ook een belangrijk onderdeel in onze aanpak, maar het is niet de enige discipline die van belang is. De multidisciplinaire aanpak van Summum kenmerkt zich door ook andere disciplines, zoals bedrijfskunde, didactiek en agogiek erin te betrekken. Dan is het dus niet zo vreemd dat ik geen psycholoog ben. Sterker nog, het is een voordeel. In een puur psychologische benadering wordt weinig gekeken naar de bedrijfskundige context waarbinnen iemand moet functioneren. Bovendien heb ik de indruk dat er een tekort is aan actie en een sterk verouderde werkmethode. Tijd dus om het anders te doen. En, als dan een 'niet-psycholoog' die verandering moet brengen, dan moet dat maar zo zijn. Stoomboten zijn immers ook niet uitgevonden door de ontwerpers van zeilboten."

GEEN ACADEMISCH GEPSYCHOLOGISEER Tijdens het gesprek valt op dat Patrick zijn mening scherp neerzet. Patrick: "Dat is geheel in de sfeer van onze adviezen. In ons vak verschuilt men zich nogal eens achter mystificerend jargon. Bij Summum ondergaan mensen →





.....

“We spreken klare taal. Scherp en duidelijk, daar kun je als opdrachtgever en kandidaat daadwerkelijk iets mee.”

.....

geen onderzoek; ze maken het mee! Taaltechnisch slechts een nuanceverschil, maar in de praktijk een wereld van verschil. Niet veroordelend, maar ontwikkelingsgericht. In dialoog met elkaar en geen machteloosheid. Ik houd niet van veroordelen. Dat betekent niet dat we minder kritisch zijn. We spreken klare taal. Scherp en duidelijk, daar kun je als opdrachtgever en kandidaat daadwerkelijk iets mee. Wat zegt het mij nou als iemand een 8 scoort op ‘neurasthenie’? Ik kan daar als manager of ondernemer niets mee. Ik wil weten hoe ik die persoon moet inzetten of begeleiden. Hoe komt iemand zo snel mogelijk tot rendement.” Die scherpte is blijkbaar gewenst. In korte tijd breidde de klantenkring van Patrick zich snel uit. Dit, ondanks de crisis en het feit dat hij nog weinig aan acquisitie deed. “Klopt. Tot nu toe zijn komen nieuwe opdrachten vooral via mijn bestaande relaties. Dan krijg ik het verzoek om eens contact op te nemen met een van hun relaties en dan kunnen we weer aan de slag”, antwoordt Patrick. Vlot voegt hij daar aan toe: “uiteraard hoor je me daar niet over klagen.”

BETONNEN ZWEMVESTEN Wat is er zo anders in jullie aanpak? Patrick: “We gaan in alles een stap verder. Zo hechten we natuurlijk waarde aan traditionele zaken als validiteit en betrouwbaarheid. Maar, nóg veel belangrijker vinden we effectiviteit. Uiteindelijk is het de bedoeling dat zowel onze opdrachtgever als de medewerker daadwerkelijk iets kan met het advies.” Wanneer we hierover spreken, straalt de gedrevenheid uit Patrick’s ogen. “Adviezen of interventies moeten écht ergens toe leiden. Het is geen doel ‘an sich’. Helaas is er te vaak sprake van zogenaamde doelverschuivingen. Neem bijvoorbeeld de zogenaamde ISO-certificeringen: Aan de basis een aardig middel om kwaliteit te vergroten, maar het is en blijft slechts een middel, want in principe kun je een certificering krijgen voor de productie van een betonnen zwemvesten. Maar, heb je dan een goed product?”.

NIET DE TENT, MAAR DE VENT Afhankelijk van de vraag, werken in het onderscheidende concept van Summum bedrijfskundigen, psychologen en dramadocenten samen. Patrick: “De sleutel tot succes is immers niet om nog slimmer te zijn of nog harder te werken, maar de juiste mensen rondom je verzamelen en daar goed mee samenwerken. Een advies dat ik vaak geef en dat ikzelf ook graag ter harte neem. Daarom werk ik met professionals die elk de top op hun vakgebied vertegenwoordigen. Het gaat uiteindelijk om de vent en niet om de tent...of de vrouw uiteraard. Juist door die samenwerking kunnen klanten rekenen op een bijzonder geëngageerde aanpak. Een aanpak, die zich kenmerkt als persoonlijk, proactief en zeer gedreven. Mijn partners opereren dedicated aan de Summum-aanpak. Daarnaast delen ze mijn zakelijke ethiek. Concreet betekent dit dat we ons hierdoor niet alleen inhoudelijk onderscheiden in

kwaliteit, maar tevens door gedrevenheid en toewijding. Zaken die ik heel belangrijk vind. Succes komt namelijk alleen in het woordenboek vóór werken.”

TE DUUR VERTAALBUREAU Tegelijk met de start van Summum Advies vond de lancering van de ‘SummumTest’ plaats. Samen met een psychologencollectief ontwikkelde Patrick dit kennissysteem. Een systeem, waarbinnen een nieuwe generatie testen is ondergebracht. “Zelfs reguliere E-tests gaan meestal niet veel verder dan zogenaamde funtesten,” stelt Patrick. “Ze zijn weliswaar meer valide en betrouwbaar dan de funtesten, maar het grote probleem is wederom dat ze voor een leek nauwelijks leesbaar zijn. De gemiddelde manager moet vaak het onderzoeksbureau opnieuw inhuren om scores uit te leggen. Een veel te duur vertaalbureau, noem ik dat. Net als bij onze adviezen doen we dit bij ‘SummumTests’ anders. Rapportages in klare managementtaal. Maar ook hier gaan we nog een stap verder. We beschrijven niet alleen resultaten. We leggen ook meteen uit wat je ermee kunt. Dat maakt die dure vertaling overbodig. Zelfs een professional met weinig ervaring op het vlak van peoplemanagement kan er uitstekend mee werken.”

HET VLAGGENSCHIP Onder de kop ‘SummumTests’ vallen een aantal uiteenlopende testen. Het vlaggenschip is absoluut de ‘SummumScout’. “Sommige klanten zijn geïnteresseerd in specifiekere testen. Die testen zijn er ook, bijvoorbeeld rondom items als stress, pesten of cultuur. Tot nu toe gebruikt echter vrijwel elke opdrachtgever ook de Scout”, aldus Patrick. Op de vraag wat de Scout zo bijzonder maakt, antwoordt hij: “Organisaties kunnen met de Scout enorme rendementsverbeteringen realiseren. De ervaring leert dat medewerkers vrijwel unaniem beschikken over diverse kwaliteiten die ze nauwelijks in hun dagelijkse werk aanwenden of kwijt kunnen”. Het menselijk kapitaal, noemen ze dat toch? Patrick: “Precies. Prachtig, maar hoe identificeer je het en hoe haal je het eruit? De Scout helpt het ‘verborgen potentieel’ snel en efficiënt te identificeren. Stel je eens voor dat 60% van je medewerkers zo’n 10% meer kan bijdragen aan het rendement. Simpelweg doordat je iemand meer vanuit zijn kracht laat opereren. De Scout helpt hierbij. Door op kernachtige wijze het ‘willen, kunnen, durven en doen’ in beeld te brengen, geven we antwoorden op vragen als: Kan iemand meer? Zo ja, op welke gebieden? En, hoe ontsluiten we dat dan meer? Antwoorden, die organisaties in staat stellen om daadwerkelijk meer uit hun mensen te halen, want dat is per slot van rekening waarom wij er zijn!” ←

SUMMUM ADVIES BV GROTE LOOIERSSTRAAT 20 6211 JJ MAASTRICHT T 043 7999370 INFO@SUMMUMADVIES.NL WWW.SUMMUMADVIES.NL