



5² LIFE HACKS

5² LIFE HACKS

Door schade en schande

Je kunt geen artikel lezen, boek openslaan, website bekijken, expert spreken (wie is 't niet, these days?) of je krijgt een handvol goedbedoelde en ongevraagde adviezen voor je kiezen. Adviezen zijn bijna altijd gericht aan een ander. Logisch? Nope, denk het niet. De beste adviezen geef je maar beter aan jezelf. Omdat jij de enige bent die weet wat je echt nodig hebt. Moet je wel voor openstaan en 't lef hebben om er iets mee te doen, natuurlijk. Daarom geven we het liefst advies aan anderen. Is ook beter voor je ego, hè? Hoe goed kun je een ander eigenlijk adviseren als je niet eens bij machte bent jezelf te managen? Zou jij skiles willen van iemand die zelf niet kan skiën? Nou, dan. Stoppen d'r mee. Ga eens lekker luisteren. Dan hoor je nog eens wat, maak je connectie en verdien je meer. Respect, geld en aandacht.

Anyway, om dat kracht bij te zetten deel ik in vijf opeenvolgende artikelen de 25 life hacks als richtlijnen aan mezelf. Is toch een geruststelling dat je ze niet persoonlijk hoeft te nemen? Ik heb ze alle 25 door schade en door schande geleerd. Enjoy.

Arno Diepeveen



“Life’s too short to tolerate anything that doesn’t move you closer to your goals.”

5



TOP

5 LIFE HACKS
AS A
SALES PERSON

5 LIFE HACKS AS A SALES PERSON

BE OBSESSED OR BE AVERAGE

Er is werkelijk niets zo triest als een uitgebluste verkoopziel. Da's iemand met een baan en een hypo voor z'n vinex-doorzonwoning en stilletjes hoopt dat alles blijft zoals het is. Is daar iets mis mee, dan? Voor heel veel verkopers niet, als ik om me heen kijk. Tja, waarom denk je dat zo veel sales consistent onder target presteert? Verkopers die er alles, werkelijk alles aan doen om hun persoonlijke doelen te bereiken, verbreken daarentegen records. They go the extra mile. En wie ageren er altijd tegen mensen met een obsessie? Juist, zij die er geen hebben. En da's soms even wennen, want die zijn in de meerderheid. Stelt je mooi in staat jezelf te onderscheiden. Moet je alleen wel willen.

WHAT GOT YOU HERE WON'T GET YOU THERE

Er is zo'n uitspraak dat je krijgt wat je altijd kreeg als je doet wat je altijd deed. Klopt natuurlijk geen hout van. Daar zijn er al veel mee de bietenbrug opgegaan. Sneller leren dan anderen – en er iets mee doen – is je unfair advantage. Want als je niet goed leert leren, gaan er steeds meer klanten "nee" zeggen tegen je onweerstaanbare, unieke propositie. Volgens onderzoek moet je tegenwoordig 8 keer bellen om iemand aan de lijn te krijgen en 10 jaar geleden maar 3 keer. Weet je hoe dat komt? Because you don't adapt your fucking message, mate. Het ligt allemaal en alleen aan jou. Learn, Unlearn. Relearn. De tijden veranderen. Nu jij nog. Valt 't kwartje? Mooi.



CREATE VALUE. ALWAYS

Als je het door hebt, kun je het ook zien: het verschil tussen deliver en create value. Dat eerste pleegt iedereen te doen (gaap); 't tweede is iets wat een klant uit zichzelf niet kan bedenken, maar waar jouw briljante geest voor nodig is. En dat is de heilige graal die je uniciteit en immuniteit verschaft. Als ik de gemiddelde sales vraag wat-ie heeft bijgedragen aan zijn klanten, bedenkt-ie het ter plekke. Waarde is iets wat alleen je klant kan bepalen. 64% van alle bedrijven zegt dat ze hun klant goed begrijpen en slechts 24% van de klanten is het daarmee eens. Waarde leveren is een commodity. De hamvraag is: welke waarde creëer jij nou eigenlijk? Volgens je klanten.

BE DIFFERENT

Hoezo anders zijn? Nou, omdat alles wat iedereen al doet je niet brengt waar je wezen wilt. Of je moet echt de passieve keuze hebben gemaakt om die uitgebluste verkoopziel uit de eerste bullet te zijn. Topsales die buitengewone prestaties neerzet, doet dat met iets unieks, iets eigens, iets slims, iets anders. Een voormalige verkoper van Bayer heeft me ooit uitgelegd hoe hij meer dan tien keer zijn target kon halen. Hij had free sales agents in dienst die hij betaalde van Bayer's riante uncapped provisieregeling. De jaarlijkse provisie voor retentie stak hij volle bak in zijn eigen zak. Goed nagedacht. Hij resideert al geruime tijd bijzonder riant op het zuidelijk halfrond. Tjing-tjing.

THE SECRET OF MULTIPLYING YOUR CUSTOMERS

Mijn eerste mentor in het salesvak heeft me letterlijk meegenomen (eeuwig dank) in de successen van schaalbare sales. Als iedere klant bereid is je in contact te brengen met potentiële nieuwe klanten, hoef je nooit meer tijd te besteden aan acquisitie. Hij drukte me daarbij het boek How to Win Friends and Influence People van Dale Carnegie in de handen and the rest is history. Wat dat boek ermee te maken heeft? Omdat je niet vanzelf introducties krijgt. Daar moet je aan werken als een topsporter aan het halen van goud op de Spelen. De meeste verkopers die ik ken, geven op als 't niet snel lukt. Tsja, daar loop je niet op binnen, amigo.

STARTUP



5 LIFE HACKS
AS AN
ENTREPRENEUR

5 LIFE HACKS AS AN ENTREPRENEUR



10X GROWTH MINDSET

Voor doelen die tien keer groter zijn, moet je buiten alle kaders denken en doen. Anders ga je d'r niks van bakken. Van 1 miljoen omzet naar 10 miljoen is iets meer dan drie keer verdubbelen. Van 10 miljoen naar 100 miljoen idem dito. Daar kun je mee thuis komen, toch? Kijk, een jaarlijkse verhoging van het target van 10% brengt in de meeste organisaties al een tsunami teweeg. Want bang voor de baan en de bonus. Ach, guttegut. Daar ga je geen bakens mee verzetten en al helemaal de oorlog niet mee winnen. Bouw nou eens een dikke tent met ballen, waar iedereen grote ideeën heeft, voor grote getallen gaat en hele grote prestaties neerzet. Waarom klein blijven? Go, go, go.

INCREASE HAPPINESS

Je struikelt tegenwoordig over de zelfbenoemde goeroes die je met een geleend programmaatje wel even langdurig willen helpen je bedrijf op te schalen. Cheap, mate. Groeien doe je ook wel zonder die gasten. Misschien iets minder hard, maar vooral het besluit om te groeien is bepalend voor groei en dat kun jij alleen voor jezelf nemen. Wat vind je hiervan: wees vanaf vandaag een leverancier van happiness, waarvan Zappos een prachtig voorbeeld is. Hoe je dat doet? Vraag eens aan je klanten. Nee, niet met de NPS, malloot. Neem een besluit dat je pas bent geslaagd als iedere klant van de daken schreeuwt, dat z'n kwaliteit van leven is verbeterd. Door jou. Wat zou daar nou toch voor nodig zijn, hè?

DIFFERENTIATE OR DIE

Vraag aan een doorsnee ondernemer waar-ie de beste in is en je krijgt de meest vage en generieke antwoorden die je kunt bedenken. Alle kampioenen hebben ooit de keuze gemaakt waar ze dat in gaan worden. Je kunt geen wereldkampioen worden in atletiek; je wordt 't wel op de 110 meter horden. Waarom is het zo moeilijk om aan te geven waarmee je tent zich onderscheidt van de hele verdere rest van de wereld? Het is natuurlijk helemaal prima dat je dat niet in een adem kan uitbrengen maar hoe zou het voor je zijn als dat wel zo was? Zou dat misschien iets met je identiteit doen; met je herkenbaarheid? Zou dat zomaar kunnen transmuteren in een heus merk? Wow.

IT'S BIG FUN

Er zijn nogal wat ondernemers die ergens in terecht zijn gekomen waardoor ze niet het plezier ervaren wat ze zouden willen. Kijk, als je het niet meer leuk vindt, maak het dan leuk. Of, zoals Jim Rohn zei: "If you don't like how things are, change it. You're not a tree". Waarom ben je ondernemer geworden? Toch ook omdat je zelf kunt bepalen hoe je het wilt hebben? Dan maak je 't leuk of je stopt er mee. Wat moet je daarvoor doen? Mooi. Doen. Nu. Being an entrepreneur is het beste wat je kan overkomen. Of heeft 't je voorkeur dat een ander bepaalt wat je moet doen? Ben je ondernemer en wil je iets niet? Dan kun je drie dingen doen: ermee stoppen, delegeren of uitbesteden. Is dat nou zo moeilijk?

THREE ESSENTIALS

Het is tegen de klippen op werken als deze drie bijvoeglijke naamwoorden niet heel goed in je business model zijn geïntegreerd: repeatable, scalable, profitable. In andere woorden: zorg voor klanten die blijven kopen, geef het een exponentiële component waardoor je omzet door het plafond heen knalt en voorkom dat kosten in hetzelfde tempo oplopen als de omzet. Voorbeeldje als duiding? Neem Salesforce.com. Iedere maand tik je minstens €75 per gebruiker af voor een service waar je eigenlijk niet meer vanaf kunt. Is essentieel, dat laatste. En 10 of 10.000 gebruikers, dat maakt voor Salesforce geen verschil. Qua organisatie, kosten en handling. Snap je? Nou, ga doen, dan.



ROYAL DUTCH SALES

5



5 LIFE HACKS
AS A
SOCIAL BEING

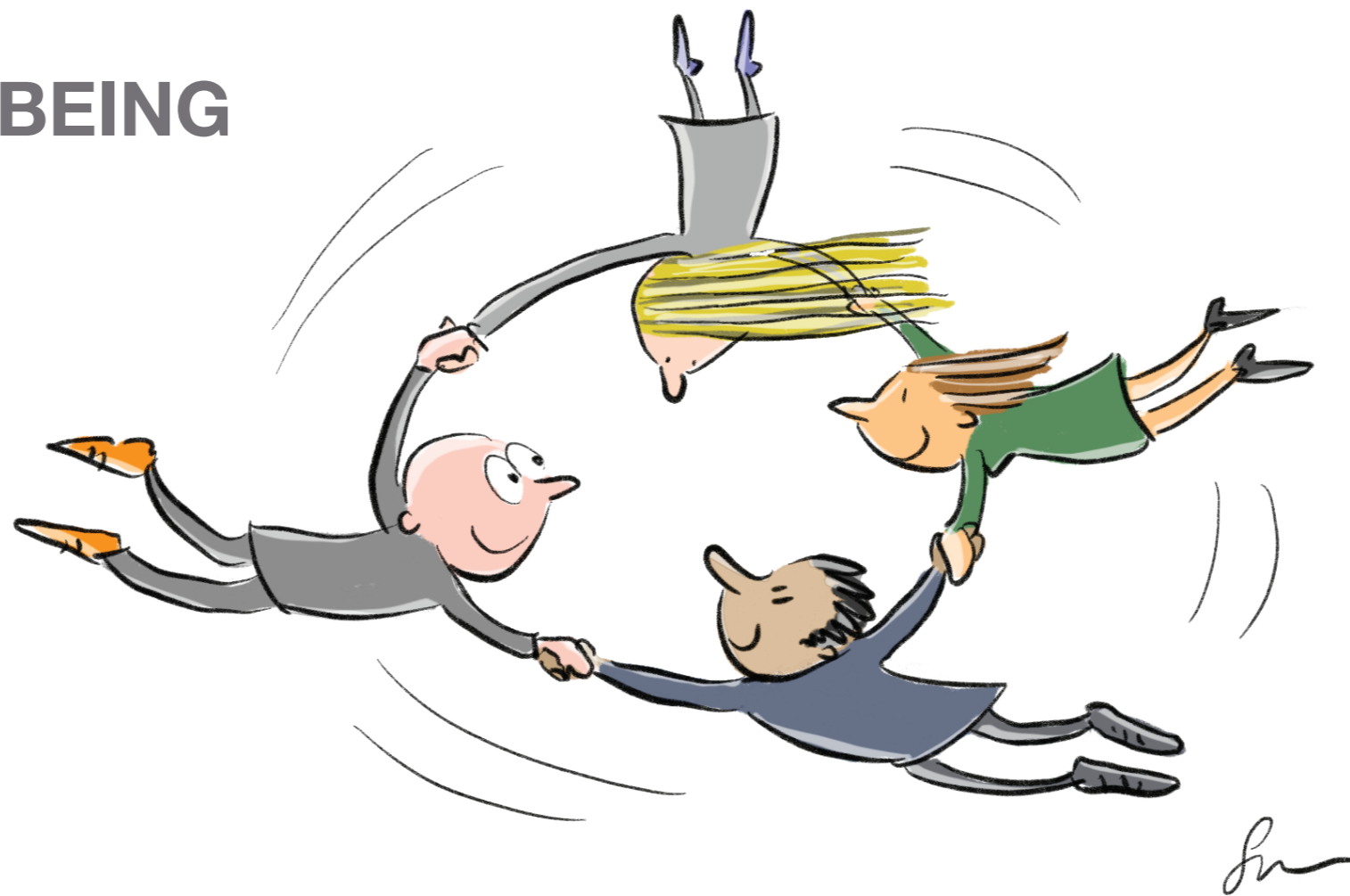
5 LIFE HACKS AS A SOCIAL BEING

SERVING. NOT SELLING

Er zijn mensen die uitsluitend komen halen. Suckers. Soms zijn ze zelfs aardig. Dat zijn net verkopers die uitsluitend voor de deal gaan. Die zijn zo fucking eenzaam en alleen op zichzelf gericht. Die maken allesbehalve connectie. Da's de reden dat ze steeds weer vanuit het niets op zoek moeten naar nieuwe slachtoffers. Je bent social sustainable als je je richt op het welzijn, de groei en het belang van de ander. Doe je dat al wel bij je klanten en niet in al het andere sociale verkeer? Dan is 't aangeleerd. Een trucje. 't Is net als Heineken's Serving the Planet. Alleen dan geen bier maar dienstbaarheid. In het belang van de ander. Da's namelijk in het belang van jezelf. Niet meteen verder lezen. Even bij stilstaan.

ABC ALWAYS BE CONNECTING

Wat ik niet begrijp, vooral van verkopers niet, is dat ze op de een of andere manier nooit een goed inzicht hebben in het netwerk van hun netwerk. Als je 100 mensen goed kent en die kennen ook 100 mensen, heb je de beschikking over een netwerk van 10.000 elkaar een warm hart toedragend aantal vrienden. Net zoals met big data is dat netwerk dom, totdat je de verbanden gaat leggen: het algoritme. Wat heb jij voor uitzonderlijks te bieden, wat iedereen drie van z'n contacten zou gunnen? Weet je niet eens, hè? Anders had je er wel 300 klanten mee verdiend x de gemiddelde ordergrootte = hoeveel ben je misgelopen omdat je 't gewoon niet ziet? Zoveel? Ouch.



IT'S THE LIFE IN YOUR YEARS

Voilà. It's not the years in your life that count; it's the life in your years. Het leven is er om geleefd te worden. Voluit. Intens. Ik heb de dood in de ogen gekeken en בּוֹט לָוַם gehad dat mijn immuunsysteem sterker was dan kanker; ik heb trauma's en depressies doorstaan en ja, dan is het misschien makkelijker om: "Live Life to the Fullest" als mantra te hebben. Whatever, verspeel geen tijd. Stop met zeiken, excuses en andere zinloze shit. Het leven is er echt om gevierd te worden. Stoor je daarbij vooral niet aan wat anderen ervan vinden. Ga feestvieren. Lachen. Schaterlachen. Tot je pijn in je buik hebt. Met iedereen die je lief is. Basta. "Life is 10% what happens to you and 90% how you respond to it."

YOUR INNER CIRCLE

Jim Rohn: "We are the average of the five people we spend the most time with". We worden veel meer door onze omgeving beïnvloed dan we weten. Die reflecteert de manier waarop we denken, besluiten nemen en de mate van ons zelfvertrouwen. Tijd om de boel op te schonen, wellicht? Neem van harte afscheid van mensen die je structureel energie kosten. Gif voor je mind. Besteed zorg aan het formeren van een crew positive peers om je heen die je zonodig ook kan voorzien van een gezonde dosis feedback. Want van alleen maar jaknikkers in je omgeving leer je bitter weinig. Weg met alle zeikerds. Anders kun je dat feest uit het voorgaande onderwerp niet vieren. Cheers!

PLEASING PERSONALITY

Da's een van de Laws of Success van Napoleon Hill uit het gelijknamige meesterwerk uit 1926. Een pleasing personality kent maar liefst 25 karakteristieken. Kun je die leren, integreren, ze je eigen maken? Geen idee, maar het bepaalt de acceptatie van je communicatie; geen beïnvloeding zonder pleasing personality. Ik zou er gewoon iets mee gaan doen, als ik jou was. Hoe prettig is het met jou in de buurt? Hoe goed krijg jij je visie over de Bühne als entrepreneur, als verkoper, als partner, als vriend, als mens? Kijk, ik sta versteld van een verkoper die niet verder komt dan zo nu en dan een sales traininkje en dat-ie niet een hele rij gelezen boeken in de kast heeft staan over beïnvloeding. Amaai.

5



5 LIFE HACKS
AS A
MAN

5 LIFE HACKS AS A MAN



BE FEARLESS

In een recente keynote voor de sales & marketingtroepen van een multinational sprak ik over de vijf meest opvallende karakteristieken van de top 2% verkopers. Een daarvan is: They Are Fearless. In de reviews kreeg ik opvallend veel bijval. Want dat werd nooit besproken maar was zo herkenbaar en aanwezig. Angst is een integraal onderdeel van ons bestaan. En gehinderd worden, of beter gezegd: je laten hinderen door angst is zonde van je leven, van je mogelijkheden, je kansen, je ontwikkeling en je recht op vrijheid. Het is echt alleen jouw verantwoordelijkheid om je angsten onder ogen te zien, te voelen, er lak aan te hebben en te gaan voor wat je echt wilt. Feel the fear and do it anyway.

BE POWERFUL

Je bent de eindbaas over je eigen welzijn. Mens sane in corpore sano: een sterke geest in een sterk lichaam. Hoe sterk, fit en gezond wil je eigenlijk zijn? Nou, zeg eens. Hoeveel heb je ervoor over? Geen tijd? Slappe excuses. Alcohol hoort bij gezelligheid? Gelul. De eerste biohack is voeding: onbewerkt, natuurlijk en minder vaak en veel dan je gewend bent. Intermittent fasting rocks. De tweede is kracht. Spierkracht. Weightlift met een doel en train high intensity interval. Ah, jij wielrent met je matties op zondagochtend? Mooi social event, alleen van fietsen (en cardio) word je niet sterk. Wel skinny-fat. En is reuze slecht voor de balzak. Get real, mate. Heffen, tillen, stoten. Wees een man.

EXECUTION IS A STRATEGY

Mooie quote van Herb Kelleher, de voormalige CEO en founder van Southwest Airlines: "We have a strategic plan and it's called doing things". Tja, dingen doen. Een bijna vergeten discipline waarmee je resultaten op het scorebord krijgt. Intenties zijn prachtig, plannen geduldig en dromen zijn net angsten: ze komen zelden uit. Wat je echt wilt, is zoals Napoleon Hill het noemt, je Definite Chief Aim. En je hebt volharding nodig om die te bereiken. Execution is a strategy. Stop met meetings, politiek en managen. Gewoon gaan. Al doende leren, de plannen aanpassen en in beweging blijven. You can't build a reputation on what you are going to do (Henry Ford).

LOW TESTOSTERONE DISEASE

Een van de meest sluipende epidemieën die de wereld teistert, is een testosterontekort bij mannen. Je kent ze wel: man boobs en belly fat, een zittend bestaan, stress op het werk, biertje/wijntje. Typisch gevalletje van testosterontekort. Testosteron is een essentiële androgeen voor gezonde hart- en bloedvaten, een scherpe concentratie, een goed geheugen en spiermassa, een optimale geestelijke gesteldheid, is goed voor je libido, ontstekingsremmend en nog veel meer. Ben je een man van boven de 30? Laat je bloed regelmatig testen. Ook als je een hoog metabolisme hebt. En laat je niets wijsmaken: zorg - onafhankelijk van je leeftijd - voor een waarde van minstens 15 nmol/l. Bam!

IT'S ALL ABOUT MINDSET

Testosteron ondersteunt je focus en drive. Daarnaast geeft 't je een voorsprong bij het behalen van prestaties. Een chronisch tekort zet je buitenspel. Zonder wilskracht en een sterke mind word je sowieso geen topper. Het goede nieuws is dat je die net als spieren kunt trainen. "Watch your thoughts, they become words; watch your words, they become actions; watch your actions, they become habits; watch your habits, they become character; watch your character for it becomes your destiny". Noteer eens een dag ongefilterd wat je allemaal denkt. Er gaat een nieuwe wereld voor je open als je alle mindfucks achter je laat. Da's geen belofte, maar een garantie.



ROYAL DUTCH SALES

5



5 LIFE HACKS
AS A
SPIRITUAL BEING

5 LIFE HACKS AS A SPIRITUAL BEING

WHAT'S YOUR PURPOSE

Ook zo'n vreselijk doorgefokt onderwerp: waar kom jij je bed voor uit a.k.a. what's your fucking purpose? Ik ben een beetje allergisch voor die hype omdat ik nogal wat mensen ben tegengekomen die ineens hun purpose ontdekten en er vervolgens niets mee deden. Behalve er veel over praten. Hadden execution not as a strategy, zeg maar. Ach, laat je er vooral niet door afleiden. Nu we het er toch over hebben: zeg eens wat de kern is voor de dingen die jij doet. Om de eerder genoemde doorzonwoning te kunnen bekostigen en er twee keer per jaar met de sleurhut op uit te kunnen trekken of is je diepgang in de tussentijd op drift gekomen? Hallo, Jumbo. Wakker worden.

MUTATE YOUR DNA

Klinkt op het eerste gezicht niet zo spirituali, maar ik ken veel mensen die in de geest van hun opvoeding casu quo hun oude omgeving zijn blijven hangen. Toekomst volledig uitgestippeld en de rest van het leven verloopt zonder verdere verrassingen. En misschien wist je het niet maar mocht je het wensen, kun je eraan ontsnappen. Een dubbeltje kan een kwartje worden. Dat betekent wel rigoureuus kappen met overtuigingen die je van je ouders hebt geadopteerd. Retebevrijdend, dat belooft ik je. En wat is daar nou zo spiritueel aan, vraag je je misschien af? Nou, ik vind het zelf enorm onlichamelijk als je je eigen destiny bepaalt. Onafhankelijk van wat of wie dan ook.



WHO WILL CRY WHEN YOU DIE?

Een Sanskriet gezegde luidt: "When you were born, you cried while the world rejoiced. Live your life in such a way that when you die, the world cries while you rejoice." Een nobel streven, niet? Ligt wellicht in het verlengde van je purpose, alleen is dit wat meer op de mens gericht. Terugkomend bij de verkoper die geen connectie maakt: ach, die vergeten we bij leven al (terug te bellen). Hoe meer je toevoegt aan iemands leven, hoe langer je in gedachten blijft. Is ook nog eens heel stuwend voor je business. Voor velen onder ons een paradox van jewelste: get yourself out of the way zet het beste resultaat in de boeken. Lastig concept, mate. Hoe wil jij herinnerd worden? En, veel bevestiging?

LIFE IS LIKE A BOX OF CHOCOLATES

Het stoïcisme is een denkrichting uit de derde eeuw BC en is gebaseerd op de leer van de Griek Zeno van Citium. Bekende aanhangers uit oude tijden zijn Epictetus, Seneca en Marcus Aurelius. Het stoïcisme gaat er vanuit dat het leven onvoorspelbaar is; we kunnen uitsluitend zelf bepalen hoe we op situaties reageren. Logica gaat voor emoties. Emoties zijn net alcohol: ze maken meer kapot dan je lief is. Als je bij tegenslag cool, calm en collected blijft, ben je alert en altijd beter in staat om de juiste beslissingen te nemen. Gaat ook op voor alle gevallen dat het meezit, by the way. Vraag 't aan een topsporter. Heftige emotie is een rode kaart. Game over.

THE POWER OF NOW

Een kenmerk van topsporters is dat ze zich goed kunnen focussen op de taak van het moment. Als ze zich richten op de wedstrijd winnen, bevinden ze zich in de toekomst; als ze niet snel herstellen van een gemaakte fout, blijven ze in het verleden hangen etc. De parallel met een verkoper kun je zelf wel bedenken? In het nu zijn stelt je in staat om zonder ruis al je vermogens te kunnen aanwenden voor wat er à ce moment-ci nodig is. Dat is optimaal, want focus. Alleen in het verleden en de toekomst komt angst en zorg voor. Dat is de mind in progress die je waarschuwt voor iets wat er niet is. En jij bent toch wel de laatste die zich een rad voor ogen laat draaien? Door je eigen mind, nota bene.



5² LIFE HACKS

Anyway, Good Luck!