

Taboe onderwerpen

In de interactie met klanten, collega's en leveranciers passeren behalve zakelijke onderwerpen ook persoonlijke thema's de revue. Geboortes, vakanties en diploma's die worden behaald. We vragen ernaar, vertellen erover en leven mee. Dat is helemaal prima, we zijn allemaal mensen. Toch zijn er een aantal thema's die je het beste kunt vermijden. Zowel in gesprekken als in je content die je plaatst op social media platforms. Dit zijn thema's die een ander kunnen raken op diep persoonlijk overtuigingsniveau.

Overtuigingen

Zolang je leeft bouwen we allemaal onbewust een model van de wereld. Dit doen we door onze eigen ervaringen om te vormen tot generalisaties. Fruit eten is gezond voor me. Ik moet hard werken, anders verpruts ik mijn leven. Politici zijn allemaal zakkenvullers. Deze generalisaties noemen we overtuigingen. Hiermee bepalen we hoe, wat en waarom de wereld en wijzelf zijn, zoals we zijn. Ze zorgen voor stabiliteit en continuïteit in ons leven.

De meeste overtuigingen nemen we over van andere mensen: ouders, vrienden en personen die we bewonderen. Als je een overtuiging deelt met iemand anders, geeft dat een dieper besef van rapport en contact. Als iemand een compleet andere overtuiging heeft, leidt dat juist tot verwijdering en onbegrip.

Taboe onderwerpen

Als sales professional wil je voorkomen dat je met klanten en prospects botst met overtuigingen. Er zijn drie thema's waar veel mensen diepliggende overtuigingen over hebben: politiek, religie en seksualiteit. Discussies hierover met zakelijke gesprekspartners hebben een groot afbreukrisico, dus je kunt ze beter niet aansnijden. Praat dus niet over je eigen overtuigingen van deze drie onderwerpen tijdens je werk. Als anderen erover beginnen of naar vragen, houd je dan op de vlakke.

Daarom kan ik makkelijk zakendoen met vrijwel iedereen, ongeacht ons beider persoonlijke overtuigingen. Ik voer leuke, opbouwende gesprekken met zowel linkse, rechtse als midden stemmers. Strenggelovig of overtuigd atheïst. Hetero, homo of een andere seksuele oriëntatie. Er zijn namelijk ontelbare andere toffe onderwerpen om een boom over op te zetten.

LinkedIn

Social media platforms zoals LinkedIn zijn opgezet om zakelijke informatie uit te wisselen en te linken met een zakelijk oogpunt. Ik wil alles over je bedrijf, markt, carrière, producten en business-ideeën weten. Het liefst in een posting, die goed en scherp is opgeschreven. Ik like, deel of becommentarieer deze met plezier. Natuurlijk, een tikkeltje human interest hoort erbij, dus deel af en toe een persoonlijk hoogte- of dieptepunt. Maar ook hier is dus het advies om taboe onderwerpen te vermijden.

Ik wil dus niet lezen op LinkedIn of je voorstander bent van dit kabinet of niet. Hoe boos je bent over denkbeelden van één of andere maatschappelijke organisatie. Welke politicus zijn of haar werk goed of verkeerd heeft gedaan. Of je voor of tegen klimaatbeleid bent. Wat volgens jou de gewenste kleur van Zwarte Piet moet zijn. Dat er bewijzen zijn dat corona door 5G wordt veroorzaakt. Je kunt met een uitgesproken posting over een van de onderwerpen meteen een deel van je zakelijk netwerk in het harnas jagen. En mensen doen liever geen zaken met andere mensen die totaal andere overtuigingen hebben. Neem dus geen risico. Taboe is taboe.