

AWORK

marie claire

OVER DE GRENS

ZAKENDOEN MET ANDERE
LANDEN GAAT NOG WEL 'NS
MIS. EEN KWESTIE VAN
GOEDE COMMUNICATIE.

Culture CLUB

Het is interessant en verrijkend om met mensen uit andere landen en culturen te werken, al gaat het qua communicatie geregeld mis. Met deze tips & tricks omzeil je culturele obstakels en haal je die deal (of goede beoordeling) gewoon binnen.

TEKST MARISKA VERMEULEN

Op maandag overleg je telefonisch met een klant in Amerika, op woensdag wil je iets gedaan krijgen van je Franse collega en op vrijdag heb je een zakenlunch met Koreanen. Als het bedrijf waarvoor je werkt ook maar beetje internationaal georiënteerd is, dan heb je te maken met buitenlandse collega's, klanten of leidinggevenden. En hoe bewust je je er ook van bent dat je als directe Nederlander af en toe op je tong moet bijten, culturele missers blijven op de loer liggen. Wist je bijvoorbeeld dat Amerikanen vrij direct zijn maar feedback wél zullen inkleden? En dat je een Oegandees kunt beledigen door hem *en groupe* een compliment te maken? En dat het ongepast is om een professor in België een vraag te stellen? Lydia Datema is expert in precies dit soort culturele verschillen. Jarenlang gaf ze over de hele wereld trainingen aan politici, waardoor ze veel culturen van dichtbij kent. Sinds twee jaar geeft ze ook trainingen Interculturele Communicatie aan bedrijven, overheid en particulieren (teacha.nl). Dit zijn haar tips & tricks.

TREK IN TWIJFEL WAT 'NORMAAL' IS - DAT VOORKOMT 60% VAN DE PROBLEMEN

1
Van jongs af aan zijn we getraind om op een bepaalde manier te communiceren. Je daar bewust van zijn, is stap één. Datema: «Nederlandse kinderen leren duidelijk te zeggen wat ze willen, op de universiteit leer je kritische vragen te stellen en op je werk wordt het gewaardeerd als je actief bijdraagt aan vergaderingen. Je hoeft maar de grens met België over te gaan en je ervaart al dat het daar veel hiërarchischer is – iets wat nog best lastig is voor de 'gebekte' Nederlander die zijn mening graag deelt. Ook hoorde ik van een Nederlander in Barcelona dat hij zo onrustig werd als zijn Spaanse collega's weer eens drie uur gingen lunchen. Hij ging terug naar kantoor om te knallen, maar miste daardoor de *deals* die ze in Spanje juist tijdens die lange lunches maken. Zijn 'fout' was dat hij was uitgegaan van het Nederlandse concept waarin afspraken tijdens een vergadering worden gemaakt. Wees je dus bewust dat wat je gewend bent weleens anders kan zijn in het buitenland.» >



2

LAAT GOOGLE MET RUST - PRAAT LIEVER MET ERVARINGSDESKUNDIGEN OF LOCALS

Je kunt wel op internet gaan zoeken hoe je in Brazilië aan iemand een visitekaartje moet geven, maar de echt belangrijke dingen laten zich niet googelen. Datema: «Mijn ultieme tip is: praat met mensen die al zaken gedaan hebben met mensen uit het desbetreffende land en/of zoek een local die je tips kan geven. Zelf heb ik ook niet in vijftig landen gewerkt, dus veel van mijn kennis heb ik via anderen opgedaan. Bedenk wel dat in grote landen als China de verschillen tussen bepaalde regio's net zo groot kunnen zijn als tussen bijvoorbeeld Duitsland en het Verenigd Koninkrijk, dus zoek regiospecifieke hulp.»

LAAT JE DOELGERICHTHEID EEN BEETJE VAREN - EN INVESTEER IN DE RELATIE

Nederlanders staan vaak met opgestroopte mouwen klaar om eens lekker efficiënt zaken te gaan doen – terwijl het kan lonen om je zakenpartners eerst beter te leren kennen. Datema: «Van veel gemiste kansen zijn we ons vaak niet eens bewust. In landen als China, Italië, India, Mexico en Japan is een harmonieuze relatie belangrijker dan het snel uitvoeren van de taak. Het loont daarom om in die culturen veel meer aandacht te besteden aan familie en 'social talk'. In 'wij-culturen' is juist dát efficiënt zakendoen.»

4

NEEM NIET ALLES ZO LETTERLIJK - KIK NAAR DE CONTEXT

Ja, wij Nederlanders zijn direct – maar dat betekent in de interculturele communicatie iets anders dan ongezoeten je mening geven. Datema: «Met direct bedoelen we dat iemand zijn woorden en zinnen letterlijk gebruikt. 'Morgenmiddag om vier uur hoor je van ons' betekent voor ons letterlijk dát – maar dat is niet overal zo. Ik ken een mooi voorbeeld van een docent Engels die naar Thailand vertrok om daar les te geven. Ze had het idee dat ze overdressed was, maar haar zorgen werden weggenomen door collega's die haar continu complimenteerden met haar mooie rok. Totdat een collega op de derde dag zei: 'Je hebt een mooie rok, maar zullen we samen gaan winkelen? Ik ken een winkel met geschikte docentenkleding'. Waarschijnlijk werd die rok echt mooi gevonden, maar de complimenten waren vooral bedoeld als subtiele hint om de aandacht op de (ongepaste) kleding te vestigen. Wat iemand zegt, wordt in sommige landen dus bepaald door de context. Train jezelf om met name in Arabische landen en landen als Japan, China, Spanje, Mexico en Italië tussen de regels door te lezen.»

3

5

DENK NIET TE VEEL ALS INDIVIDU - SOMMIGE LANDEN HEBBEN EEN WIJ-CULTUUR

In Nederland en landen als de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk zijn we op carrièregebied nogal op onze persoonlijke doelen en autonomie gericht, maar dat is zeker niet zo in alle landen waarmee je zaken doet. Datema: «In een land als Oeganda waar ik trainingen gaf, heerst een wij-cultuur. Als iemand een presentatie geeft en een fout maakt, beledigt hij of zij daarmee zijn collega's, familie of zelfs hele land. Je bent daar heel sterk deel van de groep; het gaat veel minder om individuele behoeften. Het is dus niet gebruikelijk om als individu een podium voor jezelf te nemen. Het zou dus ook heel gênant zijn als ik daar één iemand een compliment had gegeven, want dan steekt de ontvanger als individu boven de groep uit. Hetzelfde geldt in landen als India, Pakistan, Indonesië, Egypte en Nepal.»

6

MAAK OP DE JUISTE MANIER JE PUNT - ANDERE CULTUREN MOETEN SOMS ANDERS OVERTUIGD WORDEN

Wil je een klant of opdracht binnenhalen met een killer-presentatie, dan loont het om een stapje terug te doen en eerst uit te zoeken wat in dat land als overtuigend wordt gezien. Datema: «Nederlanders geven in presentaties heel snel een statement, bijvoorbeeld zo: 'We moeten meer investeren in onderwijs, om die en die reden en zo gaan we dat doen.' Maar alleen al in een buurland als Duitsland is het gebruikelijk om eerst uitvoerig te vertellen hoe je onderzoeksmodel eruitziet, daarna met argumenten te komen waarmee je autoriteit opbouwt en zo stap voor stap het fundament te bouwen waarop je uiteindelijke mening gestoeld is. Andersom kan ook: mijn vriend moest de resultaten van zijn wetenschappelijke onderzoek voor de Canadese markt veel pakkender, directer en met meer bluf schrijven.» •

HET KAN BOTEREN, HET KAN KNETTEREN

In het boek *The culture map* door Erin Meyer wordt uitvoerig beschreven (met heel veel leuke voorbeelden) op welke gebieden landen precies van elkaar kunnen verschillen; denk aan 'hiërarchisch versus egalitair' en 'deadline versus flexibel met tijd'. En – superhandig – ze deelt vele landen in op een schaal, zodat je weet wat je kunt verwachten in het zaken-doen met een van die landen. Zo kan het tussen de Fransen en Amerikanen knetteren, omdat ze nogal verschillen in de manier waarop ze feedback geven. Waar de Fransen nogal spaarzaam zijn in het geven van complimenten, zijn de Amerikanen juist gewend om elk minpunt uitvoerig in te kleden met pluspunten. Een Française zou dus zomaar kunnen denken dat haar Amerikaanse leidinggevende uiterst tevreden is (immers drie complimenten en maar één kritiekpunt), terwijl de leidinggevende simpelweg beleefd was. En een Amerikaanse beseft weer niet hoe blij zij mag zijn met dat ene spaarzame compliment van haar Franse leidinggevende.



TEL EENS TOT TIEN - EN STEL OPEN VRAGEN

De meeste Nederlanders zijn er nogal dol op om zichzelf te horen praten. Jammer, want daardoor kun je kansen missen. Datema: «Nederlanders zijn heel erg reactief: we luisteren niet om het antwoord te horen, we wachten vooral tot we zelf weer iets kunnen zeggen. Lange stiltes vinden we ongemakkelijk en vullen we snel op. Maar als bijvoorbeeld een Japanner of Chinees even niks zegt, is dat niet omdat-ie niks te zeggen heeft – ze hebben zich vaak kneitergoed voorbereid – maar omdat ze gewend zijn aan pauzes in een gesprek. Leer dus beter te observeren en niet meteen te reageren, anders ontnem je een gesprekspartner misschien wel de kans om iets te zeggen. Stel daarnaast meer open vragen als: 'Hoe zie je dat dan?' Neem de antwoorden die je krijgt in je op en kijk goed naar de cultuurverschillen an sich. Misschien leer je wel met een andere blik naar de wereld te kijken – of merk je in elk geval dat andere mensen dat doen.»

7



DE CARRIÈRELESSEN VAN MASCHA FEOKTISTOVA

Mascha Feoktistova's (33) Beautygloss en Vloggloss zijn een razend succes. Maar hoe maak je met YouTube-video's een goedlopend bedrijf? Ze schreef er een boek over: 'Je doet het toch wel gratis?'

DOE IETS WAT JE ÉCHT LEUK VINDT

«Ik vond het interessant om te lezen over beauty, maar kon in Nederland geen website of YouTube-kanaal vinden waar ik echt geïnspireerd door raakte. Ik dacht: waarom doe ik het niet zelf? Dus begon ik in de zomervakantie van 2007, voordat mijn studie HBO Sociaal Pedagogische Hulpverlening begon, mijn Beautygloss blog en YouTube-kanaal. Ik zag het in eerste instantie niet als een business, mijn drijfveer was dat ik het zelf heel leuk vond en wilde delen met anderen. Mijn volgersaantal groeide vrij snel en na anderhalf jaar kreeg ik de vraag van een adverteerder of ze mochten betalen voor een

samenwerking. Toen had ik pas door: hé, ik kan iets krijgen voor deze letterlijk uit de hand gelopen hobby. Na mijn studie ben ik fulltime aan de slag gegaan met mijn bedrijf.»

WEET WAT JE WAARD BENT

«Veel zzp'ers vinden het lastig om te onderhandelen over geld. 'O, het is maar een dagje werk'. Nee, daar gaat het niet om, het gaat om de waarde die je in de loop der jaren hebt opgebouwd: aan kennis, aan volgers, etc. Toen ik op een gegeven moment zelf bij opdrachtgevers aangaf dat ik ergens voor betaald wilde krijgen, schrokken sommigen daarvan. Vandaar ook de titel van mijn boek: *Je doet het toch wel gratis?*. In de Nederlandse influencersmarkt is een betaling vaak nog ongewoon, maar het is toch heel normaal dat je betaald wordt voor werkzaamheden? Mijn advies is dan ook: weet wat je waard bent en laat je door niemand misbruiken. En dat geldt niet alleen voor zzp'ers, maar ook als je in vaste dienst bent, want vrouwen verdienen over het algemeen nog steeds minder dan mannen.»

WEES TRANSPARANT OVER INKOMSTEN

«In mijn boek praat ik openlijk over de bedragen die er in deze wereld omgaan. Ik laat zien hoe mijn *fee* is opgebouwd. Ik doe dit, omdat ik hoop dat andere influencers hier wat van kunnen leren. En ik snap ook niet waarom er altijd zo mysterieus over geld wordt gedaan. Zo krijg ik vaak de vraag hoe ik het vind dat ik meer verdien dan mijn man. Dat is zó ouderwets! Blijkbaar hoort dat onbewust nog steeds niet, klopt dat niet met het rolverdelingsplaatje. Sommige mannen vinden het inderdaad niet prettig als ze minder verdienen dan hun vrouw, maar mijn man vind het helemaal prima. Bovendien helpt hij mij ook mee in het bedrijf; samen zijn we een *winning team*.»

“Het is toch heel normaal dat je betaald wordt voor je werk”

“Waarom zou je mysterieus doen over geld? Praat er openlijk over”



1. Sandaal met kristallen Jimmy Choo € 1250
2. Airwrap styler Dyson € 499
3. Kalfsleren handtas Dior € 2600
4. Eight Hour Cream Elizabeth Arden € 36,5
5. Wikkeljurk Ganni € 225
6. Wigouden ring met diamanten Tiffany & Co € 1950



BLIJF VERNIEUWEN

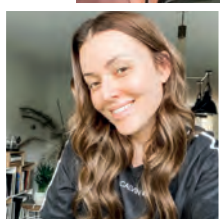
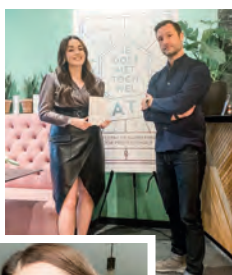
«Om het spannend en uitdagend te houden, bedenk ik regelmatig iets nieuws. Het boek dat ik heb geschreven, is heel iets anders dan wat ik normaal doe. Ik laat een andere kant van mezelf zien en daardoor weet ik dat er kritiek kan komen. Maar dat geeft niet, ik hou van risico's nemen. Ik reageer alleen nog als mensen iets opbouwends zeggen en verder probeer ik niet teveel aandacht aan kritiek te besteden.»

DENK NA OVER DE TOEKOMST

«Ik maak nog wel vijfjarenplannen, maar als ik die tussentijds bekijk, zijn mijn ideeën alweer zó veranderd. Wel heb ik een strategie uitgedacht voor als ik zelf niet meer op de voorgrond wil treden. Dan ga ik achter de schermen aan de slag als manager en creatief en laat ik een team het gezicht zijn.»

FEOKTISTOVA IN CIJFERS

Beautygloss, beautyvideo's op YouTube: 637.000 abonnees, gemiddeld aantal views per video 120.000. Vloggloss, dagelijkse vlog op YouTube: 300.000 abonnees, gemiddeld aantal views 50.000. Instagram: 582.000 volgers.



MASCHA'S STIJL

Comfy en girly

«Je kunt me uittekenen in twee looks: enerzijds comfy met sneakers en een chille broek en hoody, anderzijds girly met een jurkje en hoge hakken. Als ik echt m'n best moet doen voor een belangrijk event, dan kies ik altijd voor girly en ga ik aan de slag met een stylist.»

Mix & match

«Ik mix kleding van Josh V, ASOS en Boohoo met luxe merken. LaDress is mijn favoriet voor mooie jurken, Jimmy Choo voor hakken, Nike voor sportschoenen, sieraden van Tiffany's en Dior voor handtassen.»

Whislist

«Ik zou willen dat het anders was, maar ik hou van shoppen, vooral in Amerika. Mijn nieuwste aankoop is een zwarte kalfsleren tote van Dior; dat is mijn favoriete merk. Ik spaar ervoor en ben er echt heel blij mee. Ik koop minstens één keer per jaar een high end tas, maar ik hoef er geen honderden te hebben. Ik koester ze en draag ze heel veel.»

Beautyroutine

«Omdat ik er representatief uit moet zien, heb ik overal mijn adresjes voor. Zo ga ik elke zes weken naar kleurspecialist Marriët Gakes voor het kleuren van mijn haar en het aanbrengen van extensions. Ook neem ik iedere zes weken een peeling bij huidtherapeut Annelijn van Ierland van Skin kliniek. En bij Bodyfix doe ik iedere week een bindweefselmassage.»

Favorieten

«De 8 Hour Cream van Elizabeth Arden gebruik ik voor droge lippen en droge plekjes. Mijn haar krul ik heel vaak met de Dyson Airwrap; die werkt echt fantastisch. Van Paula's Choice gebruik ik de gezichtsverzorging: ik smeer iedere dag de Resist Anti-Aging Skin Restoring Dagcrème SPF 50. Ook favoriet: de Kokos droogshampoo van Andrélon; daarvan ruikt je haar heel de dag heerlijk!»



TEKST JESSICA VAN ZANTEN STYLING PIP PETERS

#whattowearatwork



Gesp met print **Bally € 570**



Wol met monogramprint
Gucci € 550



Krokodillenprint **Chloé € 595**



Slangenprint met kristallen
detail **Ganni € 345**



Lakleer **Mango € 49,99**

UITSLOAFER

Kom binnen op een paar mooie stappers en *show them you mean business*. De loafer is een klassieker, maar opnieuw eregast op de catwalk.



FENDI

LOUIS VUITTON



Leer **G.H. Bass & Co. € 110**



Zebra print **Tod's € 625**

Style tip

Zakelijk overkomen, maar niet saai? Funk een keurig pak of nette jurk op met loafers met een printje.



LOEWE



PRADA

Gespen **Christian Louboutin € 645**



Leer met logoprint
Uterqüe € 115



RAG & BONE



LANVIN

PRODUCTIE EN STYLING PIP PETERS FOTOGRAFIE JASON LLOYD-EVANS