

DOSSIER. Jerko Božikovic: eerst tv-coach, daarna BV

Om hun management te motiveren en tot betere prestaties aan te moedigen, doen bedrijven steeds vaker een beroep op een coach of motivationele spreker. Vandaag besteedt de reeks over bedrijfscoaching aandacht aan Jerko Božikovic, een trainer met een missie: mensen zich persoonlijk laten ontwikkelen. Want ook bedrijven worden daar beter van. Bij het grote publiek is hij beter bekend als de *wellness-coach* uit het tv-programma „De heren maken de man” en de *mental coach* van de deelnemers van „Star Academy”.

Jan Bosteels

Deze week op deze pagina's: bedrijfscoaches en motivationele sprekers

LEER HET VAN EEN BV

EUPHONY, leverancier van telecommunicatiediensten en energieproducten, heeft het Sint-Jansbergklooster afgehuurd voor een dag training rond teambuilding. Het publiek bestaat uit vaste medewerkers en freelancers, de zogenaamde consultants, die de producten van Euphony verkopen en jongere verkopers coachen. Euphony organiseert wel vaker *incentives* en speciale activiteiten om ervoor te zorgen dat de werknemers elkaar beter leren kennen en beter presteren.

De trainer is Jerko Božikovic, bij het grote publiek bekend als de *wellness-coach* uit het tv-programma „De heren maken de man” en de *mental coach* van de deelnemers van Star Academy. Het voormalige klooster waar de training plaatsvindt, verwierf nationale bekendheid via de Monumentenstrijd. Het is een inspirerende locatie met een geschiedenis die teruggaat tot 1329. De deelnemers weten nog niet dat ze vanavond aan een *murder event* zullen deelnemen, waarbij ze de Hercule Poirot in zichzelf de vrije baan kunnen geven. Maar eerst is Božikovic aan de beurt.

De perfect tweetalige coach vertelt zijn gemengde Franstalige en Nederlandstalige publiek dat we vandaag zullen

Bedrijfscoaching in Vlaanderen



werken met de Herrmann Brain Dominance Inventory (HBDI). De deelnemers die al vertrouwd zijn met het systeem, hebben het meteen over „de kleurtjes”. Jerko tekent een kruisvormig assenstelsel op de *flipchart*. De bovenkant staat voor Corticaal, het analyserende deel van onze hersenen. Onderaan schrijft hij „limbisch”, „het oudere stuk van onze hersenen, waarin we onder andere de instincten vinden.” Op de horizontale as vinden we de rationele linkerhersehelft en de emotionele rechterhersehelft.

De Nederlandstaligen en Franstaligen worden vervolgens in aparte halve cirkels geplaatst. Jerko geeft iedereen zes willekeurige gekleurde kaartjes, waarop kwaliteiten en een toelichting ervan staan. Ik ontvang bijvoorbeeld Rationeel,

Georganiseerd, Vriendelijk, Stipt, Interpersoonlijk en Neemt Risico. Vervolgens mogen we de kaartjes een per een met onze lotgenoten uitwisselen. Een deelnemster vertrouwt me toe: „Ik heb deze test al eens gedaan en daarom probeer ik zoveel mogelijk verschillende kleuren te verzamelen. Jij hebt er veel van één kleur: dat is net wat ze willen.” Zoals de meeste anderen ken ik de betekenis van de kleuren nog niet. Ik verzamel een overaanbod aan rode kaartjes en twee gele.

„Jullie beginnen waarschijnlijk al te begrijpen waar het naartoe gaat”, zegt Jerko. „Jullie zullen meer begrijpen over jezelf, over het team. Jullie zullen in een spiegel kijken en door dat te doen ook je klanten en je team beter leren begrijpen.”

Van de zes kaartjes moeten we er twee teruggeven, maar we mogen uit het overschot nog een kaartje wisselen. Ik eindig met twee rode kaartjes en een geel en een blauw kaartje. Dan vraagt Jerko ons de vier kaartjes in volgorde van belangrijkheid te rangschikken en ze voor te lezen voor de groep. Opvallend is dat iedereen de opgesomde kenmerken van zijn of haar collega's accepteert, en dat er alleen discussie ontstaat over de volgorde van de eigenschappen.



Jerko Božikovic: „Als communicator is het niet belangrijk wat jij zegt, maar wat de ander heeft gehoord”

Voor Jerko is het moment gekomen om de betekenis van de kleuren te onthullen. De linkerbovenhoek van zijn schema kleurt blauw en staat voor rede, begrijpen en analyse. De rechterbovenhoek is geel: imaginatief, creatief, artistiek, visie en „de sky is zelfs niet the limit”. Linksonder vinden we groen, dat staat voor voorzichtig, uitvoerend, zekerheid, structuur, procedures. Rood, rechtsonder heeft te maken met gevoelig zijn, samenzijn, emoties.

Aan deze vier kleuren kan je heel wat karaktereigenschap-

pen verbinden, zoals de kwaliteiten die op de kaartjes staan. Ze voorspellen ook hoe iemand met problemen zal omgaan: rationeel, intuïtief, voorzichtig of emotioneel. Je kan er werkgerelateerde eigenschappen aan koppelen en zelfs beroeps categorieën. De deelnemers krijgen het spelen met kleuren snel in de vingers. Blauw, dat blijkt dikwijls bankiers, ingenieurs en informatici te zijn. In het geel vinden we journalisten, kunstenaars, acteurs, designers en marketingmensen. Groene mensen zijn boekhouders, la-

„POLITICI VIND JE IN ALLE KLEUREN”

boranten, veiligheidsadviseurs. In het rood vind je leeraars, verpleegsters, opvoeders en sociale assistenten. En politici? „Die vind je echt in alle kleuren”, zegt Jerko. We doen oefeningen met automerken en kleuren, met kranten en tijdschriften (iedereen vindt *De Standaard* blauw). We pro-

► Wie is Jerko Božikovic?

Jerko Božikovic (39) reisde tien jaar de wereld rond als danser en werkte onder meer in Korea, op Tenerife, in de Verenigde Staten. Hij danste ook voor de musicalafdeling van het Ballet van Vlaanderen.

Hoe werd hij coach en trainer? „Eigenlijk ben ik met deze materie bezig sinds mijn dertiende. Toen stelde ik me heel bewust de vraag: wie ben ik en waaruit bestaat het leven? Die vraag heeft me naar heel veel theorieën, boeken en seminars geleid. Ik heb geen hogere studies gedaan, ik zag dansen als een paspoort om aan mezelf te werken. Omdat ik wist dat ik op een bepaald moment moest stoppen met dansen en niet in een zwart gat

wou vallen, heb ik me constant bijgeschoold en ben ik aan mezelf blijven werken. Twee grote stromingen hebben me het sterkst beïnvloed. Ik heb me vijf jaar met psycho-energetica beziggehouden, een opleiding rond intuïtieve ontwikkeling, individuele en groepsdynamiek. Dat kan ook heel ver gaan: je leert werken met energieën, aura's en chakra's. Een andere richting waar ik veel mee bezig ben, is het neurolingüistisch programmeren (NLP), waarin ik master practitioner ben en me nu vervolmaak met TCC: transpersoonlijke coaching en counseling. Dat draait rond NLP, leidinggeven en spiritualiteit.”

Is de bedrijfsweld klaar om het

spirituele te omarmen? „Absoluut. Dat heeft niets te maken met God en Jezus, maar met het zien van de mens in zijn totaliteit. Dat we naast het hoofd ook het hart als informatiecentrum gaan zien om beslissingen mee te nemen.” Jerko Božikovic is sinds zeven jaar fulltime actief als coach en trainer in de bedrijfsweld. Afgelopen jaar werkte hij onder meer voor de Navo, Dexia, Velux en Dimension Data. Hij kan onder andere geboekt worden via zijn eigen bedrijf, het Carl Van de Velde Trainingsinstituut en de **Expert Academy**.

Een sessie van Jerko Božikovic kost ongeveer 2.000 euro.

► www.jerko.be



► Bekende coaches

Jerko Božikovic was eerst coach en werd dan Bekende Vlaming door zijn televisiewerk. Nogal wat mediafiguren legden de omgekeerde weg af. Televisiepresentator Jo De Poorter legt zich met zijn bedrijf Succes Coaching vooral toe op mediatraining en spreekvaardigheid. **Via Expert Academy kunt u VRT-gezichten zoals Lies Martens boeken voor training op het gebied van crisiscommunicatie, Wim De Vilder voor mediatraining en Nadia Dala voor etnocommunicatie, wat staat voor communiceren met een multicultureel publiek.** Ex-VTM-coryfee Ingeborg Sergeant (beter bekend als Ingeborg) legt zich met het Light Body Instituut (LBI) vooral toe op yoga en spirituele vervolmaking. Ze is volgens de website van het instituut „een lichtwezen in een menselijk lichaam” dat vooral bezig is „met mensen de innerlijke wereld verder te verkennen en met hen in resonantie te gaan”. Het LBI concentreert zich veeleer op individuen dan op bedrijven.

1. © Wim Daneels

beren ons ook voor te stellen hoe het kantoor van een rood, geel, groen of blauw persoon eruit ziet.

De bedoeling van de HBDI is dat de deelnemers zichzelf beter leren kennen en collega's en klanten beter leren inschatten. Het houdt niet op bij zelfkennis, zegt Jerko. „Het doel is dat je ook je andere competenties ontwikkelt om een breder scala te hebben om mee te werken. Zelf ben ik bijvoorbeeld heel erg rood: mijn emoties zijn belangrijk, en ik wil heel graag lesgeven. Maar als ik alleen maar vormen geef om-

dat ik wil dat mensen zich ontwikkelen, blijft mijn bankrekening leeg. Dus moet ik, als ik zaken doe, mijn blauw petje opzetten om over het financiële aspect te onderhandelen. Je kan het vergelijken met kunstenaars die barsten van het talent, maar geen structuur in hun leven kunnen brengen en daarom nog altijd in de metro moeten spelen. Of denk aan sommige sociaal assistenten die elke dag mensen helpen maar niet genoeg structuur in hun leven hebben om op het einde van de maand de huur te betalen.” Vandaar de *slide* met

„advies per kleur.” „Van onze tegenpolen kunnen we het meeste leren. We ervaren ook het meeste frustratie met deze mensen.”

In de volgende oefening moeten we ons inbeelden hoe we slecht nieuws aan iemand van elk kleurtype zouden brengen, of hoe iemand van elk type op goed nieuws zou reageren.

Conclusie: „Als communicator is het niet belangrijk wat jij zegt, maar wat de ander heeft gehoord. Praat in de taal van de anderen.” Zo leren de verkopers van Euphony spelen-

derwijs om zich in hun uitspraken aan te passen aan de klanten: „Wat wil een rode klant van Euphony? En hoe overtuig je een blauwe verkoper in spe?” We oefenen op vijf woorden per kleur. „Dit gesprek eindigt hier niet”, besluit Jerko de eerste daghelte. „Neem het mee naar je realiteit. Zorg dat je de vier typologieën bereikt in je presentaties. Laat je verkopers per maand focussen op een bepaalde kleur. Neem de vier kleuren in je eigen communicatie mee en kijk op welke woorden mensen reageren.”