

Paul Rulkens

UIT STEKEND

High-performanceprincipes voor
zakelijk en professioneel succes

Paul Rulkens

UIT STEKEND

**High-performanceprincipes voor
zakelijk en professioneel succes**

Vakmedianet

Samensteller(s) en de uitgever zijn zich volledig bewust van hun taak een zo betrouwbaar mogelijke uitgave te verzorgen. Niettemin kunnen zij geen aansprakelijkheid aanvaarden voor onjuistheden die eventueel in deze uitgave voorkomen.

Oorspronkelijke titel: *The power of preeminence* - © Paul Rulkens, 2015

Vertaling: Mischa Hoyinck

Editor: Maria Streppel

Ontwerp omslag en binnenwerk: Douwe Hoendervanger grafisch ontwerp ^{bno}
(douwehoendervanger.nl)

Foto auteur: Marc Schols, www.mcmproductions.nl

ISBN 978 94 6276 173 5

ISBN e-book 978 94 6276 186 5

NUR 801

Eerste druk, eerste oplage 2017

© Vakmedianet, Deventer

www.managementimpact.nl

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h t/m 16m Auteurswet j^o Besluit van 27 november 2002, Stb. 575, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoeding te voldoen aan de Stichting Reprecht te Hoofddorp (Postbus 3060, 2130 KB).

All rights reserved. No part of this book may be reproduced, stored in a database or retrieval system, or published, in any form or in any way, electronically, mechanically, by print, photo print, microfilm or any other means without prior written permission from the publisher.

Inhoud

Inleiding 9

Voor wie is dit boek bedoeld? 10

Over dit boek 11

1 – Een neuslengte voorsprong 15

Hoe kunt u boven de rest uitsteken? 16

Het geheim van de neuslengte voorsprong 17

Waarom hebben sommige mensen en bedrijven
zo enorm veel succes? 18

Future pacing 19

Bewust en onbewust brein 20

Toegang tot het onbewuste brein 22

Visualiseer uitzonderlijk succes 23

Het Columbus-principe 24

De 10 doelenoefening 25

2 – Stap uit die tredmolen 27

De BV IK 28

In of aan 30

Marketing, innovatie en strategie 32

In of aan: versnel uw bedrijfsgroei 33

In of aan: maak sneller carrière 34

In of aan: het ultieme geheim 35

3 — Strategieën om de top te bereiken 39

- Mentaliteit 40
- Noodzaak of behoefte 42
- Speerpunten om uitstekend te gaan presteren 43
- Uitstekende strategieën voor bedrijfsgroei 45
- Risico-omkering 47
- Opportunitetskosten 49
- Pas op voor het getal één 50
- Bereid u voor op het ergste 51
- Schimmel, giraf of rechterhand? 53

4 — Marketing: het kan simpeler 57

- Aanbevelingen 58
- Velours afzetkoord 59
- Uw tarieven verhogen 61
- De markt voorlichten 62
- Nieuwe klanten kopen 64
- Verliefd worden op uw klanten 65
- Zorgen dat u goed zit 65
- De magie van het klantenbestand 66

5 — Innovatie: de meerderheid zit eraan 69

- Waarom de meerderheid eraan zit 70
- Branchenormen doorbreken 72
- Draagbaar geheugen 74
- Freenoting 75
- 20 manierentechniek 76
- Mindmapping 77
- Cornell-aantekeningen 79
- De Mastermind 80

- 6 – Strategisch loslaten om verder te komen 83**
 - Strategisch loslaten: een nieuwe mentaliteit 84
 - Delegeren 86
 - Elimineren 87
 - Het probleem met klassieke prioritering 92
 - Uitbesteden 98
 - Systematiseren 99

- 7 – Niet potentie, maar prestaties verbeteren 103**
 - Beperkingentheorie 105
 - Besluiten nemen 106
 - Projectmanagement: goed, goedkoop, snel 109
 - Uitstelgedrag 111
 - Serendipiteit 112
 - 21-daagse gewoonte 113

- 8 – Elke boodschap aan elk publiek communiceren 115**
 - Communiceren volgens het CLEAR-model 116
 - Leerstijlen 117
 - De kracht van weten-voelen-doen 118
 - Communicatiestijlen 120
 - Begin met een knal 121
 - Communicatie op hoog niveau 122
 - Het perfecte voorstel 125
 - Geen feedback, maar feedforward 130

- 9 – De wonderbaarlijke tijdmachine 133**
 - Mentaliteit 135
 - Dertien bouwstenen 136

Inhoud

10 — Waarom slimme mensen domme dingen doen 147

Het Dunning-Kruger-effect 148

Grootheidswaan 149

Het endowmenteffect 150

Het Gell-Mann-geheugenverlieseffect 150

Achterstevoren denken 151

Aan een dood paard trekken 152

De SETI-misvatting 154

De pre-mortem 155

Blijvende topprestaties 156

11 — Laatste opmerkingen 159

12 — Aan de slag 163

50 boeken om uitstekend te presteren 169

Dankwoord 173

Over de auteur 175

Register 177

1

Een neuslengte voorsprong

Zou het iemand wat kunnen schelen als uw bedrijf morgen ophield te bestaan? Zou iemand er wakker van liggen als u vandaag ontslag nam? Zou het iemand wat uitmaken als u uw oude beroep vaarwel zei?

Hoofdstuk 1

En dan bedoel ik niet dat uw werknemers, familie en vrienden handenwringend en tandenknarsend rondlopen. Ik heb het over uw klanten (raken die in paniek?), uw concurrenten (doen die een vreugdedansje?) of uw toegewijde fans (zitten die in zak en as?). Als het antwoord luidt: ‘Nee, waarschijnlijk merken ze niet eens dat ik er niet meer ben’, dan levert u vermoedelijk nog geen uitzonderlijk goede prestaties. Uitstekend presteren betekent dat u en uw bedrijf boven de omgeving uittorenen, als een giraf omgeven door veldmuisjes.

Hoe kunt u boven de rest uitsteken?

Om echt heel succesvol te worden, moet u boven de rest uitsteken. Ferrari, Apple en McKinsey zijn daar bijvoorbeeld uitstekend in geslaagd. Als u topprestaties levert, zit u in een riante positie, dat mag duidelijk zijn.

U weet dat u die status bereikt hebt, als:

- mensen speciaal om u en uw product vragen: ‘Haal ... er maar bij’;
- u nieuwe klanten werft zonder noemenswaardige marketing-inspanning. Zo komen we niet veel advertenties voor Rolls Royce tegen, vanwege de super A-status van dat merk. Dat verkoopt zichzelf;
- de vraag is *hoe* er van u – of uw product of dienst – gebruikgemaakt kan worden, niet *of* er van u of uw product of dienst gebruikgemaakt gaat worden;
- geld geen rol speelt. Uw beschikbaarheid en de beschikbaarheid van uw product of dienst is het enige dat telt;
- u wordt gezien als benchmark door de concurrentie;
- u een lieve duit kost;
- uw ideeën gekopieerd en nageaapt worden;

- u een voortrekkersrol vervult op uw vakgebied.

Velen zal dit in de oren klinken als een allemachtige hoeveelheid werk – veel te tijdrovend, en, heel eerlijk gezegd, ook te hoog gegrepen. Maar stel nu dat er een bewezen manier is om snel te leren hoe u uitstekend kunt gaan presteren? De sleutel is het fascinerende concept van ‘de neuslengte voorsprong’.

Het geheim van de neuslengte voorsprong

Zelfs tijdens een economische depressie doet de top 10-procent van bedrijven en professionals in bijna alle sectoren het beter dan ooit. De overige 90 procent houdt zichzelf net drijvende of zinkt en verdrinkt. Er worden meer miljonairs geboren in zwaar weer dan wanneer alles voor de wind gaat. Veel van de meest succesvolle bedrijven zijn juist opgericht in barre economische tijden.

Zelfs tijdens een economische depressie doet de top 10-procent van bedrijven en professionals het beter dan ooit.

Waarom hebben sommige mensen en bedrijven zo enorm veel succes?

Enkele decennia geleden bestudeerde een groep wetenschappers de prestaties van renpaarden. Ze deden per ongeluk een fascinerende ontdekking: op de lange termijn verdiende het snelste renpaard vaak wel tien keer zo veel als de nummer 2. Maar nummer 1 was minder dan 3 procent sneller dan nummer 2. Dit heet 'een neuslengte voorsprong': een minieme, maar consequente voorsprong die kan leiden tot een exponentieel positief effect op prestaties en succes.

We weten inmiddels dat die neuslengte voorsprong niet beperkt blijft tot paardenrennen, maar net zo goed van toepassing is op moderne organisaties en professionals.

Bedenk dat uitzonderlijk succesvolle mensen eigenlijk niet veel meer weten dan u. Ze werken vaak ook niet harder dan u. Ze doen maar een paar dingen anders dan u, maar die paar dingen geven hen op bepaalde, cruciale gebieden een hele kleine voorsprong, die ze vervolgens continu, systematisch en consequent uitbuiten. Dit soort mensen heeft een neuslengte voorsprong, wat uiteindelijk leidt tot een kloof. Een kloof die bepaalt of een bedrijf zo succesvol is dat het uw stoutste dromen overtreft of een bedrijf dat met pijn en moeite overleeft.

Profvoetballer David Beckham is een perfect voorbeeld. Op het moment dat ik dit schrijf, verdient David Beckham ongeveer honderd keer zoveel als de gemiddelde profvoetballer. En toch maakt hij echt niet honderd keer zoveel goals. Maar wacht eens even: Beckham is al jaren geen profvoetballer meer ... en toch verdient hij nog steeds honderd keer zoveel. Dat is nou precies hoe zo'n neuslengte voorsprong werkt.

Toch is die kleine voorsprong niet voorbehouden aan beroemde mensen met veel connecties. We zien het overal. In mijn woon-

plaats, bijvoorbeeld. Daar zit een bakkerij. Of beter gezegd, daar zitten een heleboel bakkerijen, die allemaal met elkaar concurreren. Een aantal daarvan overleeft het, maar er zijn er ook heel wat die het uiteindelijk niet redden. Brood en banket zijn overal te krijgen, maar er is maar één échte bakker. De toeristen staan net als de lokale bevolking geduldig in de rij tot ze de winkel in kunnen. Vanbuiten is het niks bijzonders, een doodnormale winkelpui op een onopvallende hoek in een onbekende stadswijk. Het enige wat die bakkerij onderscheidt, is de lange rij die er altijd tot halverwege de straat staat. Deze bakkerij heeft een neuslengte voorsprong. En de omzet is ongetwijfeld vele malen hoger dan die van de dichtstbijzijnde concurrent.

Dit boek gaat over hoe ook u moeiteloos een neuslengte voorsprong kunt krijgen. Die neuslengte voorsprong is de sleutel tot meer succes dan u ooit had kunnen dromen. Maar om die voorsprong te krijgen, moet u eerst het eerste geheim onder de knie krijgen: future pacing.

Future pacing

Een paar jaar geleden zag ik een interessante tv-reclame over Cup-a-Soup. Eerlijk gezegd was die soep best lekker, maar ook niks speciaals. Maar die reclame ging over een jonge manager, zo'n typische jonge hond, die de irritante gewoonte had om zijn team de hele dag achter de vodden te zitten en op te juttten. Uitgeput van zo'n hele dag rondrennen, zakte hij dan op een stoel en dronk een kopje instantsoep. Merkwaardig genoeg was hij na tien minuten weer helemaal de oude en kon hij er, tot ongenoegen van zijn team, weer tegenaan. Het interessantste aan deze reclame was de lijfspreuk van die jonge manager: 'Succes is een keuze.'

Dat is nog eens een eyeopener. Maar als succes een keuze is, dan moet er ook een soort loper bestaan die ons daartoe toegang

Hoofdstuk 1

geeft. Die looper, of sleutel, is te vinden door goed naar het menselijk brein te kijken.

De hersenen zijn waarschijnlijk het meest complexe ding in het universum. De afgelopen twintig jaar hebben we meer inzicht gekregen in hoe ons brein werkt dan in de honderden jaren daarvoor. Maar ondanks die vooruitgang begrijpen we onze hersenen nog lang niet. We hebben alleen nog maar gesnuffeld aan de werking. Hersenonderzoekers hebben daarom modellen ontwikkeld die beschrijven hoe weinig we nog van ons brein weten. Een van die modellen laat zien dat we een bewust en een onbewust brein hebben. En daar wordt het – als we het over die neuslengte voor sprong hebben – pas echt interessant.

Bewust en onbewust brein

Ons bewuste brein is dat stemmetje in ons hoofd dat we constant horen. De belangrijkste functie daarvan is doelzoeken. Vragen we het bijvoorbeeld om in een volle kamer op de kleur rood te letten, dan kost het ons brein geen enkele moeite om allerlei rode dingen te vinden. Om dat doel te bereiken negeert het gewoon alles wat irrelevant is. Dus als we focussen op de kleur rood, zien we de kleur blauw niet, ook al kijken we er recht tegenaan. Zo kunnen we vaak ook onze zoekgeraakte autosleutels niet vinden, terwijl ze vlak voor onze neus liggen, omdat we ervan overtuigd zijn dat we ze ergens anders neergelegd hebben. Met andere woorden, we zien wat we geloven in plaats van wat er echt is.

Terwijl ons bewuste brein altijd op de voorgrond functioneert in onze gedachten, is ons onbewuste brein van een heel ander kaliber. Dat draait 24 uur per dag op de achtergrond. Bijvoorbeeld als u een foto van een beroemdheid in de krant ziet, maar niet op haar naam kunt komen. Drie dagen later, als u op het punt staat in de

auto te stappen, schiet het u opeens weer te binnen. Zo werkt ons onbewuste brein.

Terwijl ons bewuste brein zich bedient van taal (het stemmetje in ons hoofd), werkt ons onbewuste brein met beelden en gevoelens. En een beeld zegt meer dan duizend woorden. Dat geldt ook voor ons brein. Ons bewuste brein is snel; vaak nog sneller dan de modernste computer. Maar ons onbewuste brein is naar schatting wel tienduizend keer zo snel.

**Als we erover nadenken,
kunnen we onszelf eigenlijk
beter afvragen wanneer we
vooral géén briljante
ideeën hebben.**

U loopt dus rond met een supercomputer in uw hoofd. Dat is uw onbewuste brein. Het probleem is echter dat u niet altijd toegang heeft tot die imposante hulpbron. Ga maar na: wanneer heeft u meestal uw beste ingevingen? Waarschijnlijk antwoordt u nu zoiets als: onder de douche, of in bed, of tijdens het sporten. Als we erover nadenken, kunnen we onszelf eigenlijk beter afvragen wanneer we vooral géén briljante ideeën hebben. De meesten van ons zullen dan zeggen: 'Vijf minuten voor een overleg met mijn

belangrijkste klant, als ik een goed idee echt heel hard nodig heb.' Als u onbeperkt toegang zou hebben tot dat onbewuste deel van uw brein en het ten volle kon benutten, zou u uw zakelijke en persoonlijke succes dramatisch kunnen verbeteren. Maar hoe krijgt u die toegang?

Toegang tot het onbewuste brein

Om die vraag te beantwoorden, moeten we even terug in de tijd. Zo'n veertig jaar geleden vroegen hersenonderzoekers zich af hoe het toch kan dat ouders van een pasgeboren baby overal doorheen slapen, zelfs door het geblaf van de hond van de burens, maar wel meteen wakker schieten als de baby beweegt of een geluidje maakt.

De onderzoekers concludeerden dat de hersenen zijn uitgerust met een soort radar, die de wereld om ons heen continu afspuurt. Op het moment dat er iets belangrijks zichtbaar wordt op die radar, gaat er een signaal naar ons bewuste brein waardoor we getriggerd worden om op te letten. Dit systeem werkt zelfs als we diep in slaap zijn.

De bron van die radar is een klein orgaantje in ons brein, ter grootte van de pink van een volwassene, dat het Reticulair Activatie Systeem (RAS) heet. Het RAS fungeert als een poort tussen het bewuste en het onbewuste deel van ons brein.

Om het simpel te houden, kunnen we het zo bekijken: het RAS zit stampvol software. Softwareprogrammeregels kunnen geactiveerd of gedeactiveerd worden. Dus op het moment dat we voor het eerst ouders worden, wordt de regel 'babygehuil is nu belangrijk' geactiveerd. Vanaf dat moment worden we ons bewust van de babygeluiden om ons heen.

Visualiseer uitzonderlijk succes

Denkt u zich eens in: als u uw eigen RAS-software kon schrijven, zou u plotseling toegang hebben tot het onderbewuste deel van uw brein, die imposante supercomputer. Gelukkig hebben hersenonderzoekers een manier gevonden om dat te doen. Ze beweren dat de makkelijkste en snelste manier om topprestaties te gaan leveren is te visualiseren dat u dat al doet! Stelt u zich maar voor hoe het zal zijn als u uw doel al bereikt hebt, en u zult merken dat u plotseling een heel eind in de richting komt van waar u wilt eindigen. Dat proces, het visualiseren van uitzonderlijk succes, staat bekend als *future pacing*.

Hoe werkt het? Ons onbewuste brein kan geen onderscheid maken tussen een beeld dat we bedenken en een beeld van de werkelijkheid. Daarom worden we ook bang als we een horrorfilm zitten te kijken. Aangezien de twee beelden – van de staat waarin we eigenlijk verkeren en ons toekomstige succes – niet overeenstemmen, ontstaat er een dissonantie in ons brein. Ons brein gaat aan de slag om die dissonantie tussen de twee beelden op te heffen. Het gaat de RAS-software zo programmeren dat we gaan letten op mensen, ideeën en omstandigheden die ons kunnen helpen om ons doel te bereiken en stuurt ons een waarschuwingssignaal als zich een gelegenheid voordoet om deze middelen in te zetten om succes te behalen.

Veel mensen zullen dit verschijnsel herkennen. Op het moment dat u zich bijvoorbeeld voorneemt om iets te kopen dat u al een hele tijd wilt hebben (een auto, een handtas of een horloge), ziet u dat voorwerp opeens overal. Maar natuurlijk is de wereld niet veranderd. Wat veranderd is, is de manier waarop u naar de wereld kijkt.

De praktische les die u moet leren om een neuslengte voorsprong te krijgen en uitstekend te gaan presteren in de zakenwe-

reld of op uw vakgebied is: u ziet pas hoe u het moet doen als u het zichzelf ziet doen. Met andere woorden, visualiseer uw stoutste dromen! Bouw eerst een beeld op in uw hoofd van hoe het moet worden. En dan zullen u, omdat u dit beeld steeds oproept en versterkt, allerlei mensen, ideeën en omstandigheden gaan opvallen die u kunnen helpen om uw doel te bereiken.

U ziet pas hoe u het moet doen als u het zichzelf ziet doen.

Het Columbus-principe

Brian Tracy, een succesvolle Amerikaanse auteur, merkte eens op dat toen Columbus uitvoer om de Nieuwe Wereld te gaan ontdekken, hij niet wist waar hij naartoe ging. Eenmaal geland in Amerika, wist hij niet waar hij was en toen hij weer terug was in Spanje, wist hij niet waar hij geweest was.

Het verhaal van Columbus is een goede metafoor voor de manier waarop veel mensen, teams en organisaties door het leven dolen. Ze hebben vage ideeën over waar ze naartoe willen. Ze weten niet zeker waar ze zijn. En ze hebben geen idee wat er vroeger met hen gebeurd is.

Een essentieel ingrediënt om buitengewoon te presteren is dus helderheid. Dat wordt het Columbus-principe genoemd.

Helderheid begint met het stellen van de vraag: wat zou ik

doen met mijn bedrijf, mijn team of mijn leven als ik zeker wist dat ik niet kon falen? Het antwoord op die vraag is uw belangrijkste einddoel: de overheersende doelstelling waar al uw activiteiten op gericht zijn. Dit is de plek waar grootse daden beginnen. Als u in de jaren 1960 voor NASA gewerkt zou hebben, bijvoorbeeld, dan zou uw belangrijkste einddoel geweest zijn om een man op de maan te zetten en hem daarna weer veilig terug op aarde te brengen. U kunt maar één hoofddoel hebben. De rest is allemaal bijzaak.

Als u uw belangrijkste einddoel gevonden hebt, is de volgende vraag: wat houdt uitzonderlijk succes in? Deze vraag dwingt u een precies beeld te schetsen van uw hoofddoel. Hoe preciezer uw beeld van wat succes inhoudt, hoe het eruitziet, ruikt, voelt, klinkt en smaakt, hoe makkelijker het wordt om te beslissen op welke activiteiten u moet focussen om het te bereiken.

De future pacing-techniek werkt als een tierelier om helderheid te scheppen en uw onbewuste brein in te schakelen om alles te halen uit alles wat u heeft.

De 10 doelenoefening

Een andere techniek die prima werkt om het Columbus-dilemma te omzeilen, helderheid te creëren en een onstuitbaar succes te worden, is de 10 doelenoefening. Deze oefening is een elegante manier om uw hersenen zo te programmeren dat ze zich bewust worden van de mensen, ideeën en omstandigheden die u kunnen helpen uw doelen zo snel en eenvoudig mogelijk te bereiken.

De 10 doelenoefening werkt als volgt.

- Pak een notitieboekje en schrijf uw 10 belangrijkste doelen op.
- Begin elk doel met 'ik'.
- Gebruik de tegenwoordige tijd, alsof u uw doel al bereikt hebt.
- Gebruik positieve bewoordingen (niet 'ik vertoon geen uit-



Hoofdstuk 1

stelgedrag meer', maar 'ik werk onmiddellijk aan mijn belangrijkste taken').

- Eindig met een deadline (bijvoorbeeld 'in december 2017').
- Herhaal deze oefening elke ochtend en elke avond, zonder dat u de eerder gemaakte lijstjes met doelen doorleest.

De eerste paar weken zult u constateren dat uw doelen en bewoordingen elke keer dat u deze oefening doet, anders zijn. Na ongeveer een maand zult u echter gaan merken dat u steeds dezelfde doelen opschrijft, in dezelfde woorden. Daar heeft u dan uw belangrijkste doelstellingen, die u echt ter harte gaan. Dit zet het RAS, dat pinkje in uw brein, aan tot actie, zodat u zich bewust wordt van de mensen, ideeën en omstandigheden die u kunnen helpen om die doelen te bereiken.

Deze effectieve oefening kost nog geen 10 minuten per dag. Na ongeveer 30 dagen zult u merken dat u al grote vooruitgang hebt geboekt met uw belangrijkste doelen. En dat betekent dat u hard op weg bent om uitstekend te gaan presteren in uw sector of op uw vakgebied.

Over de auteur

Hoe worden de besten onder ons nog beter? Paul Rulkens weet dat 'meer doen' niet langer voldoet als we 'te veel te doen hebben'. Paul, van origine chemisch ingenieur, is expert op het gebied van high performance: de kunst en wetenschap achter het moeiteloos opschakelen naar uitstekende resultaten. Hij is een bekroond professioneel spreker, schrijver, en een vertrouwd adviseur van menig bestuur. Hij heeft al duizenden ondernemers, professionals en topmanagers op weg geholpen om hun potentie ten volle te benutten. Zijn ideeën over resultaatverbetering en carrièreadviezen worden vaak omschreven als diepzinnig, contra-intuïtief, maar hoogst effectief.



'U hoeft niet ziek te zijn om beter te worden.' Als internationaal keynotespeaker spreekt Paul jaarlijks over de hele wereld tientallen zalen toe over de mentaliteit die nodig is en de bewezen strategieën om exponentiële verbeteringen aan te brengen in business en carrière. Zijn populairste onderwerpen zijn het geheim van doorzetten, moeiteloos innoveren, sterk leiderschap, focussen op groei en soepel samenwerken.

Het werk van Paul Rulkens is gebaseerd op een diep begrip van, en brede ervaring met het praktisch toepassen van gedragspsychologische en neurowetenschappelijke inzichten in een zakelijke omgeving, maar

Over de auteur

ook en vooral op gezond verstand. Zijn populaire TED-talks worden veelvuldig gebruikt voor professionele trainingsdoeleinden over de hele wereld.

Pauls klanten noemen zijn voordrachten zowel substantieel als hilarisch. Wat daar iets mee te maken zou kunnen hebben, is dat Paul ooit getraind is als stand-upcomedian waarbij hij veel geprezen werd om zijn Arnold Schwarzenegger-imitatie. De jammerlijke mislukking van zijn daaruit voortvloeiende 'ijzervreters' spierontwikkelingsproject verhinderde hem echter gehoor te geven aan zijn echte roeping in het leven, namelijk een carrière als een geloofwaardige body double van Arnold Schwarzenegger...

Zijn contactgegevens zijn:

Paul Rulkens, Agrippa Consulting International

paul@agrippaci.com

+31 6 37604168

www.agrippaci.com

Wilt u uw business en uw carrière versnellen en als een giraf uittorenen boven de zee van muizen om uw heen? Dan is het nú tijd om daar serieus werk van te maken. Dit boek van *high performance* expert Paul Rulkens bevat zijn beste ideeën, inzichten en technieken om het maximale te halen uit uw potentieel, van bedrijfsgroei tot het optimaliseren van uw eigen prestaties.

Uitstekend leert u de cruciale vaardigheden en de best bewaarde geheimen waarmee u:

- focust op de paar dingen die u nodig heeft voor zakelijk succes;
- uw bedrijf en uw carrière dramatisch laat groeien;
- uw resultaten verdubbelt in de helft van de tijd;
- leert om strategisch te stoppen om zo grote doelen te bereiken;
- elke boodschap weet te communiceren aan elk publiek;
- snel en goedkoop innoveert en de concurrentie voor blijft;
- snel een aantal prestatieverhogende gewoontes opbouwt;
- tot de top 10 procent van uw vakgebied gaat horen.

Ir. Paul Rulkens heeft op basis van zijn uitgebreide ervaring met het ontwikkelen van uitmuntend presterende organisaties en personen een gids geschreven die bol staat van bewezen, praktische ideeën. U hoeft niet ziek te zijn om beter te worden. Of u nu manager, directeur of een specialist met aspiraties bent, met *Uitstekend* legt u de lat nog een stuk hoger, stelt u een nieuwe norm en tilt u uzelf én uw organisatie snel naar een hoger niveau van zakelijk en persoonlijk succes.

