



Ontwerp ijzersterke
open vragen

Onze 18 principes

Vragen, luisteren, leren én doen



CircleLytics

"Open vragen zorgen voor betere besluitvorming, begrip van onze impact, én een hogere betrokkenheid van medewerkers."

- Royal Haskoning DHV -

We nemen je mee in de principes bij het ontwerpen van vragen. Open vragen. Het open antwoord onthult pas echt wat er speelt. Wat er echt leeft. Wat echt mogelijk is om tot verbetering, tot inzicht, tot verandering te komen.

We hebben de afgelopen jaren vele 1.000en open vragen ontworpen voor meer dan 2.000 dialogen met 300+ organisaties. We leerden van 100.000en deelnemers hoe ze met open vragen omgaan. Met hoeveel bevoegdheid en aandacht ze met open vragen omgaan. Hoe graag ze dat doen. Hoe diep mensen graven om hun meest beste antwoord te geven. We hebben rijke data opgebouwd over de kracht van open vragen. Daardoor kunnen we nu de principes met jou en jouw organisatie delen om zelf ijzersterke en open vragen te ontwerpen. Zo kun je belangrijke beslissingen beter onderbouwd nemen, vertrouwen tonen en meer impact maken voor thema's als:

- echt vergroten van betrokkenheid
- succesvol retentiebeleid en lager verzuim
- monitoren & bijsturen van hybride werken
- ontwikkelen van lerende organisatie
- ontwerp van strategie
- luisterend vermogen vergroten
- sneller reageren en anticiperen op de markt
- versterken van samenwerking.

Veel wijsheid en leesplezier gewenst en daarna: aan de slag!

"Open vragen stellen aan onze 1.000en medewerkers blijkt een ware goudmijn te zijn. Ook voor henzelf! Het haalt het beste uit mensen naar boven."

- Directeur van overheidsorganisatie -

Inleiding



Elke verandering, elk resultaat start met het bedenken van de juiste vraag of vragen. Vragen stellen levert antwoorden op. IJzersterke vragen stellen levert grootse inzichten op, sterke betrokkenheid en meer vertrouwen.

Hoe kom je tot de juiste vragen? En wat ga je vervolgens met deze inzichten doen? Ben je bereid om te leren van de antwoorden van anderen? Ga je zelfs vervolgens de dialoog aan? Durf je te erkennen dat je niet alles weet en stel je je daarom open voor perspectieven van anderen? Je moet best stevig in je schoenen staan om open vragen te stellen. Je stelt je daarmee open voor iets nieuws, iets wat nog onbekend is. En open vragen kosten iets meer van je tijd. Maar daarna gaat het razendsnel en ga je juist sneller!

"Een van de belangrijkste factoren voor mensen om zich betrokken te voelen, met alle positieve gevolgen, is dat hun mening er zichtbaar toe doet."

- Onderzoeksbureau Gallup -

Ontwerpprincipes

1. Vraag naar hetgeen waar je bereid bent naar te luisteren

Als je open vragen stelt, is het antwoord onbekend. Stel dus vragen over onderwerpen waar je wat mee kunt en waarvan je die onzekere, nieuwe inzichten durft te omarmen. Als je retentie wil verhogen en je medewerkers aan boord wil houden, kun je bijvoorbeeld vragen wat een verrassende reden is waarom medewerkers hier willen werken. Of overwegen weg te gaan. Of wat zij weten over de redenen waarom anderen weggingen. Wat hun reden is om over 5-10 jaar hier zelfs nog te werken. Als retentie een punt is in jouw organisatie, ga je met dit soort specifieke vragen aan de slag. Als je van mensen wil dat ze je vragen beantwoorden, zorg dan dat ze vertrouwen krijgen in jouw bereidheid om er iets mee te doen.

"The mind that opens to a new idea
never returns to its original size."

- Albert Einstein -
(theoretical physicist)



2. Geef precies de vrijheidsgraden aan mensen die beschikbaar zijn.

Timing is belangrijk. Je hebt het vast zeer druk en mensen om je heen ook. Besteed ieders tijd daarom zorgvuldig. Geef ruimte als er ruimte is. En durf deze te beperken waar nodig. Sommige besluiten staan op het punt genomen te worden of zijn al genomen. Dan ga je mensen niet vragen om ideeën, maar ga je ze vragen hoe je slim tot implementatie kunt komen. Welke mijlpalen je samen kunt stellen. Hoe je te zijner tijd kunt bijsturen. Wat je samen hebt geleerd. Wat wegneembare obstakels zijn. Etcetera. Als besluiten nog niet zijn genomen, kun je juist wel vragen stellen die te maken met die voorfase. Enkele voorbeelden. Wat is het sterkst veranderd in de markt in de afgelopen paar maanden? Tegen welke klantvraag zeggen we het meest nee en zouden we niet moeten willen. Hoe kan een nieuwkomer in onze markt ons echt verrassen? Hoe kunnen we ons project abc versnellen? Hoe denk jij dat we samen 10% tijd kunnen besparen per maand? Enkele belangrijke vragen. Leef je in, in de antwoorden: hoe zorg je dat je in de organisatie ruimte vrijmaakt om ermee aan de slag te gaan? Is die ruimte beperkt, beperk de vraagstelling dan evengoed.

"Interviews en workshops van vele uren met kleine groepjes, zijn zelden zo krachtig als die ene, ijzersterke open vraag. Ik steek flink tijd de voorbereiding van die enkele of zelfs ene vraag. Deze leg ik aan liefst grote groepen medewerkers of stakeholders voor. Dát levert unieke inzichten op om mijn workshops te verdiepen."

- Strategie & cultuur consultant -

3. Luisteren naar antwoorden op jouw vraag, betekent niet dat je deze zomaar moet uitvoeren, wél opvolgen

Luisteren, zoals naar medewerkers, burgers of naar klanten, betekent niet dat je zomaar doet wat gezegd wordt. En stel je voor dat je je vragen niet aan één ander stelt, maar aan 10tallen, of zelfs 1.000en mensen. Zij hebben 1.000en meningen. En als je ze met elkaar laat praten, veranderen hun meningen ook nog eens. Zo wordt het niet eenvoudig om de juiste vragen te stellen.... Door de eerste twee principes baken je al goed af. Vertel de ander, of het nu één persoon is of 1.000en, meteen wat je intentie is van je vragen. "Ik neem het mee voor ons MT-overleg volgende week" is wat anders dan "met jullie antwoorden ga ik vandaag nog aan de slag". Bouw zorgvuldig aan je reputatie. Laat zien dat je verder gaat dan luisteren. Dat is pas stap 1. Leren van hoe mensen reageren op je vragen, is volgens ons de belangrijkste vervolgstap. Iets ermee doen komt daarna pas. Nog een voorbeeldje: "We willen graag in dialoog met jullie, van elkaar leren, en dit meenemen als input voor het nieuwe kwartaalplan. Onze vraag daarom: Wat zie jij momenteel het sterkst veranderen in de klantbehoeften waar we iets mee zouden moeten of kunnen doen?".



"De kracht van open vragen hebben we flink onderschat. Je opent deuren en ramen en komt écht op nieuwe ideeën en inzichten met elkaar. "

- Managing director, winkelketen -

4. Maak je vraag niet kleiner of simpeler dan hoe de realiteit is. Ze zien dat meteen en jij verliest hun aandacht en vertrouwen

Als iets niet goed gaat, benoem het en vraag wat anderen zien als de oorzaak en als een verbeterpunt. Verberg het niet. Als projecten stagneren, vraag naar obstakels die we samen weg kunnen nemen. Als er conflicten zijn tussen afdelingen, vraag naar wat dit vandaag nog kan veranderen. Als een onderwerp complex is, stel je vragen die tonen dat je openstaat voor de denkkraft van anderen. Je wil niet dat mensen op de automatische piloot antwoord geven: laat ze maar even flink ploeteren op je vraag als het onderwerp dat vergt. Mensen houden daar meer van dan gedacht wordt. Hoe lastiger, hoe gevoeliger, hoe complexer: voor elke invalshoek is er een passende, ijzersterke vraag.



"We must leave room for doubt or there is no progress and there is no learning. There is no learning without having to pose a question. And a question requires doubt. "

- Richard Feynman -
(theoretical physicist)

5. Vertraag: neem de tijd voor jouw vraag. Open vragen ontwerpen confronteert je met het begrijpen van de essentie

Dit kan tijd vergen. Doorlooptijd. Mentale tijd. Je moet jezelf vertragen, terwijl je waarschijnlijk heel veel haast hebt. Het vergt dus ook dat je boven je eigen 'drukte' uitstijgt en prioriteit geeft aan het nadenken over de essentie van jouw vraagstuk. Welke vragen geven structuur aan het aanpakken of oplossen van je vraagstuk? Vertragen nu, betekent versnellen later. Slechte vragen nu, leveren schijn-betrokkenheid van anderen én zwakke inzichten op. Haast is dus echt een slechte raadgever. Test je vragen bij anderen. Leg jezelf je eigen vragen voor. Andere tip is: maak er een gesloten vraag van, en dan weer een open vraag.

"Asking questions is a sign of leadership, self-confidence and trust. It proves awareness and acceptance of temporary ignorance."

- Maurik Dippel -

6. Biedt degenen aan wie je je vragen stelt, tijd om over je vraag of vragen na te denken

Geef ze de kans om te vertragen, om goed over je vraag na te denken. Zij én jouw vraag verdienen dat. Vergeet niet dat jij zelf ook tijd hebt genomen om tot ijzersterke open vragen te komen. Toon geduld en bereidheid om ze te laten reflecteren op je vraag. Als je vragen ontwerpt met in je achterhoofd dat mensen snel moeten reageren (omdat je vraagstuk niet kan wachten), ga je andere, zwakkere vragen stellen. Waarschijnlijk worden je vragen te simpel, gesloten, of stel je ze uiteindelijk niet en doe je aannames of vul je in voor anderen. Dat kan zich later wreken, dus neem zelf tijd en geef anderen tijd. Vaak is het daarom slimmer om degenen aan wie je de vragen stelt, online te benaderen, zodat er geen ongewenste tijdsdruk is. Het brein slaapt graag een nachtje. Denken en creativiteit moeten eventjes op gang komen. Dat is inmiddels bewezen.



"It's the questions that leadership didn't ask that often come back to haunt them. These "unknown unknowns" are business threats that can come out of nowhere. "

- Hal Gregersen (INSEAD) -

7. Focus op de essentie. Welke ene vraag maakt het verschil? En durf het daarbij te laten

De rest is verspilling van hun aandacht én jouw tijd. Je bent niet met een enquête bezig. Je wil serieuze aandacht vragen, en dat vergt een serieuze, ijzersterke vraag die precies de kern raakt. Besteed je overige tijd liever aan het luisteren naar en leren van de antwoorden van mensen, en hoe je daardoor een dialoog voert. Omdat je je tot de essentie beperkt, kun je je vraag/vragen goed afstemmen op je (management) agenda en heel gericht te werk gaan. Voor een volgend onderwerp ga je gewoon opnieuw in dialoog met mensen en daar vragen voor ontwerpen. Voorbeeld. "Wat is dat ene, onderscheidende punt volgens jou, waarom wij 5% marktaandeel verloren in de afgelopen 12 maanden aan concurrent ABC". "Wat is, als nieuweling bij de organisatie, jouw nummer 1 aanbeveling om collega's langer aan onze organisatie te binden?". "Welke regel hindert ons het meest om de klant centraler te stellen dan we nu doen. Focus op een regel die volgens jou echt niet relevant (meer) is."

"Pas sinds wij met open vragen onze medewerkers benaderen, hebben we echt stappen en impact kunnen maken met hun betrokkenheid en retentie. Open vragen gaan door waar enquêtes en workshops ophouden. "

- Director People & Culture -



8. Jouw vraag vergroot de bewustwording bij de ander

Wat denk je dat jouw vraag doet bij de ander? Verplaats je in de ander. Welke antwoorden verwacht je? Maakt dat dat je je vraag wil aanpassen? Is je vraag te breed, te smal of zijn er andere principes uit dit White Paper waar je opnieuw je vraag tegen aan wil houden? Je vraag informeert de ander. Maak daar bewust gebruik van en informeer de ander(en). Zeker als je aan meer mensen je vragen wil voorleggen. Leidt je vraag in. Een voorbeeld. "We willen samen met jou monitoren hoe het gaat met thuiswerken. Sinds we beleid hiervoor hebben ontwikkeld, in dialoog met alle medewerkers, willen we elk kwartaal met jou onderzoeken hoe het gaat. Het beleid vind je terug via deze link We hebben drie vragen aan jou. Wat verrast jou qua thuiswerken? Wat valt tussen de wal en het schip momenteel als je naar kwaliteit van ons werk kijkt? Waar kijken we trots op terug over een paar jaar?" Een ander voorbeeld. "We hebben een flinke achterstand opgelopen met project ABC. Dit is een heel belangrijk project waarmee we willen bereiken. Daarom vraagt het MT je het volgende. ..."

"Our full understanding requires aggregating multiple independent perspectives. Privacy (anonymity) is of the essence and have people speak up. "

- Lorenzo Barberis Canonico -
(Ph.D, researcher, Stanford University)

9. Vragen zijn altijd sturend en geven daardoor richting

Wij kennen geen voorbeeld van een niet-sturende vraag. Je vraag structureert het denken van de ander. Dat is juist de bedoeling. Vragen die met wat, hoe, waarmee, wanneer, waardoor, etc verschillen door de keuze van dat woord al meteen en sturen dus. Verwerk echter jouw voorkeur voor een bepaald antwoord niet in de vraag. Dat is suggestief en kan tot wantrouwen en afwijzing leiden van je vraag, het onderwerp, of van jou. Het kan bovendien antwoorden opleveren die niet werkelijk representatief zijn voor wat die ander(en) bedoelt/en. Stel je vraag neutraal, onpartijdig op. Voorbeeld van wat je liever niet wil vragen: "Ben je het ermee eens dat ABC door marketing niet sterk is gelanceerd, en waarom dan?" Vraag wel: "Wat is de beste les die we hebben geleerd van de lancering van ABC en kun je dat toelichten?" Als je wilt dat de ander kiest uit jouw antwoorden, dan zet je een meerkeuzevraag of gesloten vraag in. Wees dan niet verbaasd dat je, met je gesloten vraag, achter heel veel dingen niet komt en de ander niet met een open-mind te woord staat. Tip: vraag in dat geval alsnog om 'hun toelichting'. Zo leer je alsnog veel. Bovendien kun je met een vervolgvraag vragen naar "Wat ontbreekt volgens jou in de voorgenoemde lijst van keuze-mogelijkheden en waarom?" of zelfs "Wat moeten we doen om XYZ te versnellen?". Zo stuur je op actie.

10. Maai gras voor de voeten weg, als je van de ander(en) focus wilt op iets geheel anders, als je met je vraag out-of-the-box denken wil stimuleren

Benoem in de vraag de gebruikelijke antwoorden al en daag uit om met iets nieuws te komen. Je kunt de mensen ook helpen en richting geven door je vraag te beginnen met "Stel je eens dit voor" of "Wat als" of "Hoe zou over 10 jaar..." en dan een situatie te schetsen die nu niet bestaat. Dit haalt mensen uit de waan van de dag en stimuleert hun voorstellingsvermogen. Je kunt daardoor ook scenario's ontwikkelen met anderen door jouw vraagstelling. Het mooie, extra effect is dat het brein daardoor comfortabeler wordt met nieuwe dingen en er alvast aan went. En dat betekent: minder weerstand voor verandering.



"One good question can give rise to several layers of answers, and can prompt changes in entrenched thinking. "

- Stuart Firestein -
(PhD, Biological Sciences at Columbia University)

11. Een ijzersterke, open vraag is op zichzelf al een gedragsinterventie

Open vragen stimuleren tot nadenken én geven richting. Je kunt vragen naar "Wat is je belangrijkste aanbeveling aan management over ABC en waarom?", maar je kunt ook vragen: "Wat kun jij zelf doen aan doelstelling ABC?". Of deze: "Wat hebben jullie al - op jullie afdeling of in jullie team - het meest verbeterd aan ABC?". Dat zijn telkens geheel andere vragen. Je kunt natuurlijk ook vragen stellen die concreet over gedrag gaan. Bijvoorbeeld: "Met welk van onze waarden zie je collega's of jouzelf het meest worstelen en waarom denk je dat?". "Wat is het gevolg van de toegenomen werkdruk volgens jou op vitaliteit van onze collega's?". Of: "Wat is het hardst van ons allen nodig om ... te bereiken?". Of ten aanzien van het stellen van grenzen, psychologische veiligheid, samenwerking, etc. Extra tip: voeg het woord samen eens toe aan je vraag. "Hoe kunnen we samen het beste bereiken dat ?" Door het toevoegen van dit soort woorden kun je mensen met een ander perspectief naar je vraag laten kijken.

"Always the beautiful answer who asks a more beautiful question. "

- E. E. Cummings -

12. Gebruik eenduidige, eenvoudige woorden en korte zinnen

Gebruik bovendien positieve woorden en kijk het liefst niet achteruit. Voorbeeld. Vraag liever niet: "Waarom ging het slecht met project ABC?" maar wel: "Wat leren we het meest van project ABC voor andere projecten?". Of wil je van medewerkers weten wat ze van de feedback-cultuur vinden? Vraag dan liever niet: "Hoe beoordeel je onze feedback-cultuur over het afgelopen jaar", maar wel: "Hoe kunnen we onze feedback-cultuur samen sterker maken?". Gebruik taal die jouw organisatie en mensen kennen, spreken, naar luisteren. Taal waar iedereen zich in herkent. Geen taal waardoor iemand zich 'niet slim genoeg' vindt om op je vraag te reageren. Een tip is om vragen te maken die je aan elkaar zou stellen als je elkaar spontaan tegenkomt in de gang. Taal sluit mensen in.

"Onze medewerkers voelen zich (en worden!) echt betrokken door de open vragen die we hen voorleggen. We nemen ze serieus en dat merken ze. Veel sterker dan het afvinken van traditionele enquêtes met gesloten vragen waar ze murw van werden. "

- PostNL -



13. Vraag naar iemands enkelvoudig antwoord. Geen hele opsomming

In de beperking zit de kracht. Vraag naar iemands "beste argument", "meest opvallende voorbeeld", "sterkste onderbouwing", "meest verrassende oplossing", "belangrijkste suggestie", etc. Een tip hierbij van ons is om wervende bijvoeglijke naamwoorden te gebruiken. Een opsomming levert verlies van focus op, en mensen worden gemakzuchtiger. Beperking zorgt voor focus. Geef ze echter wel voldoende tijd voor reflectie (principe 6). Denk na of de ander(en) graag veel punten willen opsommen. Overweeg dan (principe 10) om ze uit te nodigen "iets anders te noemen dan de bekende argumenten zoals dit of dat."



"Real dialogue is where
two or more people become
willing to suspend their certainty
in each other's presence "

- David Bohm -

14. Vraag bewust naar iemands gevoel, denken, instinctieve antwoord, expertise, inschatting, etc bij jouw vraag

Vergelijk deze voorbeelden eens. "Welk gevoel geeft thuiswerken jou dat je op kantoor niet hebt?" en "Hoe gaat thuiswerken voor jou versus op kantoor?". Of deze: "Wat is jouw gevoel over de veranderde klantbehoefte?" versus "Kun jij een concreet, recent voorbeeld noemen van een gewijzigde klantbehoefte?". Nog een: "Wat kun jij je voorstellen bij over 3 jaar en waarom?"; deze vraag nodigt vooral de creatieve mensen uit, met voorstellingsvermogen. Ander voorbeeld: "Hoe zie jij, met jouw ervaring met complexe projecten, dat we project ABC kunnen versnellen?". Deze vraag nodigt expliciet ervaren mensen uit. De rest dus niet. Wees je daar bewust van. Met welke toon stel je je vraag; op welk niveau (denken, voelen, doen, etc), passend bij het onderwerp, bij onze cultuur en bij de bevroegden.

"Those who seek advice, are perceived as more competent than those who do not. "

-Francesca Gino and Alison Wood Brooks -
(Ph.D, Harvard Business School Professor)

15. Gebruik de kracht van 'tijd' in je vragen

Stel combinaties van vragen over het verleden, heden en (nabije en verre) toekomst. Een voorbeeld. "Wat is een verrassende reden waarom collega's vertrokken bij ons?". Hierdoor kun je terugkijken en van leren voor de toekomst. Vervolgens: "Wat is een verrassende reden waarom collega's overwegen te vertrekken?". En een toekomstgerichte versie: "Wat is voor jou een doorslaggevende reden om hier over 5 jaar nog te werken?". Je maakt mensen bovendien bewust van het vraagstuk waarom ze blijven of weggaan. Met de opbrengst kun je goed in dialoog met mensen, en beleid op afstemmen. Luisteren én leren én doen. Dat lukt alleen met specifieke, open vragen. Niet met generieke (enquête)vragen. Andere voorbeelden van toekomstgerichte vragen, waarbij je anderen wil bewegen richting die toekomst:

"Wat maakt over 3 jaar het werk van leidinggevende (nog) aantrekkelijker dan nu?"

"Hoe kunnen we de loopbaankansen van iedereen gelijkwaardig vergroten?"

"Wat kan ons verrassen in onze markt in de komende vijf jaar?"

"Welke concurrent zie jij de komende 3-5 jaar ineens sterker worden dan wij, met ons innovatie-tempo?"

"Waar staat onze omzet over 3 jaar en wat is jouw idee daarover?"

"Welke verrassing kan technologische ontwikkeling voor ons hebben over tien jaar?"



"The key to wisdom is this –
constant and frequent questioning,
for by doubting we are led to
question, by questioning we arrive
at the truth. "

- Peter Abelard -

16. Leg je vragen liever aan meer dan minder mensen voor

Twee weten meer dan één. En het mooie is, zodra je meer mensen vraagt en zij weer naar elkaars antwoorden luisteren, leert iedereen van iedereen. Dat is een enorme versnelling! Mensen hebben verschillende perspectieven, verschillende achtergronden, verschillende uitgangspunten. Vergroot de diversiteit dus in antwoorden en maak één groot brein van een groep mensen. Dit levert al gauw 20-60% meer intelligentie op. Voorkom bovendien bias omdat je je baseert op de antwoorden van slechts enkelen. Dat kan zeer (onbedoeld of bedoeld) misleidend zijn. Met een diversiteit van antwoorden en perspectieven, getriggerd door jouw ijzersterke vragen, los je je vragen duurzaam, compleet, snel en diepgaand op.

"Niet door eenmalig vragen te stellen, maar dit te herhalen, kun je mensen betrekken in het organisatie ontwerpproces. Ophalen van behoeftes bij de start, het generen van ideeën tijdens, en het toetsen van je organisatieontwerp aan het einde van het proces. Echte toegevoegde waarde! Alles start met ijzersterke, open vragen. "

- Mark Nijssen -

17. Blijf vragen stellen

Stay hungry. Blijf nieuwsgierig. Blijf vragen stellen. Blijf ontdekken, verbeteren, vernieuwen. Markten en samenlevingen veranderen. Culturen zijn in beweging. Mensen zitten evenmin stil. Door vragen te blijven stellen, blijf je permanent leren.

18. Stel je vragen bij voorkeur anoniem én online

Je weet het. IJzersterke vragen ontwerpen vereist dat je met veel dingen rekening moet houden. Dat vergt tijd. Het beantwoorden vergt ook tijd (Principe 6). Om bovendien de eerlijkste antwoorden te krijgen, echt het achterste van de tong, is anonimiteit en het respecteren van privacy essentieel. Zeker als het om onderwerpen gaat waarbij afhankelijkheid speelt, of een machtsverhouding zoals hiërarchie in een organisatie. Als degene(n) aan wie je jouw vragen stelt, denkt dat diens mening afwijkend is, te creatief, niet 'slim genoeg', kan het zijn dat mensen je vragen liever ontwijken of op de automatische piloot beantwoorden. Al snel speelt sociaal-wenselijkheid een negatieve, te vermijden rol. Ze kunnen je bovendien kwalijk nemen dat je ze onder onplezierige druk hebt gezet of geen echte ruimte biedt voor hun beantwoording. Geef jouw ijzersterke, open vragen de kans om tot ijzersterke antwoorden te komen. In combinatie met de - doorgaans - vereiste anonimiteit, is ons advies om je vragen online te stellen.



De Dialoog & CircleLytics

Reflectie en leren van anderen: voorwaarden van dialoog

Goede, open vragen openen een gesprek, een dialoog. Van een dialoog is pas sprake als mensen bereid zijn op zoek te gaan naar andere perspectieven om samen tot verbeterde standpunten te komen. CircleLytics heeft de online dialoog ontwikkeld om kleine tot (zeer) grote groepen van 10.000en mensen, vertrouwelijk en veilig in dialoog te gaan. Principes 6 en 16 zijn daarbij zeer belangrijk: geef mensen tijd om echt te reflecteren, het brein vereist dat, je vraag verdient dat, en leg je vragen bij voorkeur aan grotere groepen voor om diversiteit en inzicht te vergroten.

Hoe werkt de dialoog van CircleLytics?

CircleLytics faciliteert het online stellen van ijzersterke, open vragen en bundelt de resultaten real-time. Je kunt ook gesloten schalen toevoegen. De combinatie kan erg sterk zijn. De dialoog van CircleLytics verloopt via 2 rondes om reflectie en 'leren van elkaar' te realiseren. Hoe werkt dat? De antwoorden van de 1e ronde worden via een uitgekiend algoritme, verdeeld over alle respondenten, teruggestuurd. Daar gaan ze (graag!) mee aan de slag. Daar zit de dialoog: respondenten gaan in die 2e ronde opnieuw met jouw vraag aan de slag, maar dit keer vanuit het perspectief van anderen. Ze gaan antwoorden van anderen verrijken, zeggen of ze die steunen en waarderen, of juist niet. Ze geven scores om dit te verduidelijken (sentiment en sterkte van hun sentiment), mogen belangrijke woorden uit meningen van anderen aanklikken, en toelichten waarom. Deze dialoog-ronde is enorm verrijkend, verhelderend, en ongekend leerzaam voor de respondenten zelf. Ze blijken enorm graag meningen te lezen en waarderen die afwijken van die van henzelf. Bij nader inzien denken mensen anders over jouw vraag dan aan het begin. Daarom is die reflectietijd zo belangrijk. Dit bereik je, voor jouw belangrijke onderwerpen en vragen, in een proces van dialoog, zonder tijdsdruk en met één of meer nachtjes slapen. Zo werkt ons brein het beste. En zo smeed je mensen tot één groot brein en worden jouw vragen diepgaand beantwoord. Dialoog en jouw open vragen vormen samen een onmisbare aanpak om tot continue verbetering te komen. Blijf daarom vooral open vragen stellen en blijf in dialoog!



CircleLytics

Meer weten over de Dialoog van
CircleLytics? Bekijk de [korte video](#) of vraag
direct de [demo](#) aan.



Contact

Dr. Lelykade 22
2583CM Den Haag
Nederland

0031 (0)85 401 1161

0031 (0)6 1178 8047

office@circlelytics.com



CircleLytics