

Motivational Interviewing

de weg van aanbod- gericht handelen naar persoonsgerichte benadering

Motivational Interviewing, ook wel Motiverende Gespreksvoering genoemd, is een op samenwerking gerichte gespreksmethodiek, die gekenmerkt wordt door een doelbewuste, persoonlijke stijl van communicatie, om intrinsieke motivatie tot verandering te ontlokken en te ondersteunen (*Miller, Rollnick 2013*).

Motivational Interviewing helpt mensen veranderen. Met behulp van deze aanpak kun je als financiële professional op verandering gerichte gesprekken met klanten voeren, aangaande financiële vraagstukken waarover zij in veel gevallen ambivalent zijn (zal ik het wel doen, zal ik het niet doen..)

Motivational Interviewing is een methodische gespreksstijl voor professionele communicatie, die directief en tegelijkertijd klantgericht is. Het helpt klanten hun ambivalentie ten aanzien van gedrag zelf te ontdekken en ook op te lossen. Het helpt hen tevens een eenmaal genomen besluit tot (gedrags-)verandering vol te houden en stelt hen in staat -samen met de financiële professional- duurzame beslissingen te nemen. Hiermee wordt de kans op een lange termijn relatie op basis van wederzijds vertrouwen sterk vergroot.

Motivational Interviewing kenmerkt zich door samenwerking tussen professional en klant, Essentieel is dat de motivatie tot verandering *vanuit de klant zelf* komt (intrinsieke motivatie) en niet van buitenaf wordt opgelegd (extrinsieke motivatie). Het is de taak van de klant - en niet van de professional – om uitdrukking te geven aan- en oplossingen te zoeken voor de eigen ambivalentie of twijfel. Het oplossen van ambivalentie door de klant te proberen te *overtuigen* is hierbij geen goede strategie.

Tenslotte, de sfeer tijdens een gesprek met een klant is dan ook kalm en uitnodigend. De verhouding tussen beiden is dus een gelijkwaardig partnerschap (Miller, 2002; Rollnick, 1999; Te Lintel Hekkert, 2003).

Reflectief luisteren, wat is dat?

Naast het stellen van open vragen, samenvatten en bemoedigen van de motivatie van de klant is reflectief luisteren de belangrijkste basisvaardigheid van Motivational Interviewing. Het is een aanpak waarmee je een empathische houding toont en tegelijk snelheid en diepgang in een gesprek brengt.

Reflectief luisteren is: ingaan op wat de klant vertelt, voelt en wat hij/zij bedoelt. De professional herhaalt of brengt onder woorden wat zij denkt dat de klant bedoelt te zeggen of non-verbaal uitdrukt. Een voorbeeld:

Klant: 'Ik vind beleggen niets voor mij, veel te veel risico in deze tijd. De aandelenmarkt is heel onbetrouwbaar. Daar heb ik mijn hele leven niet voor gewerkt..'

Financiële Professional: 'U wil uw vermogen waar u zo hard voor heeft gewerkt niet zomaar en zonder dat u er goed over heeft gedacht uit handen geven, waardoor u de kans loopt het allemaal voorgoed kwijt te raken..'

Wat is reflectief luisteren niet?

Reflectief luisteren is dus niet hetzelfde als *papagaaien*. Papagaaien is het letterlijk herhalen wat iemand vertelt, of alleen het laatste deel herhalen. Dit kan nuttig zijn om een gesprek gaande te houden, maar wanneer je dit enkele keren na elkaar doet, valt het gesprek stil. Papagaaien voegt namelijk geen nieuwe informatie toe aan het gesprek en kan daarom irritatie oproepen wanneer je het vaker achter elkaar doet. Je gebruikt bij een reflectie bij voorkeur iets andere woorden, of je voegt eerder ontvangen informatie toe, of een vermoeden van de bedoeling of emotie. Juist daardoor krijgt het gesprek snelheid en diepgang.

Luisteren om te kunnen begrijpen

Er zijn manieren van denken (in je basishouding) die goed passen bij reflectief luisteren. Echte interesse in wat je klant te zeggen heeft en wezenlijk respect voor zijn/haar opvattingen maken daar deel van uit. Je luistert om de ander te kunnen begrijpen en invoelen, niet om te kunnen en hoeven antwoorden. Het kernbegrip is dat je een hypothese wilt testen. Je weet dan dat wat je denkt dat de klant bedoelt, niet hetzelfde hoeft te zijn dan als wat hij/zij werkelijk bedoelt. En het is een goede check om te kijken of je op dezelfde lijn zit als je klant.

In de eerste plaats voelt deze zich gehoord en begrepen. Want door een goede reflectie toon je dat je geluisterd hebt en zodanig dat je kunt verwoorden wat de ander bedoelt. Je kruipt als het ware in de huid van de ander en geeft hem/ haar terug wat hij/zij zelf heeft gezegd in jouw eigen woorden. Met een reflectie controleer je of het bij jou ontstane beeld (verbaal en non-verbaal) klopt. Dat doe je vanuit het perspectief van de klant, niet vanuit jezelf. Wat jij vindt doet er even niet toe (geen oordeel). Het kan zelfs zo zijn dat jij het beter kunt verwoorden dan de ander: "Nou... ja.... dat is precies wat ik bedoel!"

Het tweede effect van reflectief luisteren is dat de ander geneigd is om verder te vertellen. Een vraag hoeft slechts beantwoord te worden. Een reflectie wordt meestal beantwoord met een bevestiging ("Ja, precies...") en vervolgens vertelt de ander verder. Je ontlokt dus diepere gedachten en gevoelens waar een klant in eerste instantie niet zo snel mee komt. Je komt daardoor meer op het niveau van overtuigingen, normen en waarden. Vaak spreekt de klant zich daar in tegen (ambivalent gedrag). Juist dat is belangrijk, om de klant te begeleiden in het hardop uitspreken van zijn/ haar tegenstrijdigheden. Dat is het begin van verandering van (financieel) gedrag, vanuit de klant zelf.

De kenmerken van een reflectie zijn:

- Een selectief soort samenvatting
- Stellend (geen vraag)
- Kort (to the point)
- Neutraal (jouw mening doet er nu niet toe)
- Beredeneerd gissen naar bedoeling of emotie

Een reflectie begint niet met de volgende zinnen: "Ik hoor je zeggen dat..." en "Als ik je goed begrijp..." Als je deze inleidende zinnen weglaat, blijft er vaak een prima reflectie over. Het vraagt wat lef om dit op een stellende manier te verwoorden. Probeer het maar eens, en je zult merken dat de ander daar prima op reageert. Etiketjes plakken is iets anders dan reflectief luisteren. Uitspraken als "U bent een typisch geval van twijfelend gedrag" zullen waarschijnlijk niet geaccepteerd worden als samenvatting van wat de ander vertelde. Bij reflectief luisteren is het belangrijk dat de ander de reflectie accepteert.

Soorten reflecties:

- Reflecties kunnen eenvoudig zijn (herhalen en verduidelijken wat cliënt zelf zojuist zei), een reflectie waarmee je net onder de waterspiegel komt. Je verwoordt met de reflectie het net iets anders dan dat de ander het zei.
- Complexe reflecties richten zich echter op het niveau van gevoel & betekenis, of verduidelijken de discrepantie, of adresseren onderliggende waarden van de klant. Complexe reflecties beschrijven meer dan de klant zojuist zei, maar nooit meer (of iets anders) dan hij/zij uiteindelijk bedoelde. Soorten:
- **Tweezijdige reflectie:** een reflectie waarmee je beide kanten van iemands ambivalentie verwoordt. "Je zou misschien meer willen sparen en tegelijk weet je niet of dit voldoende rendement oplevert."
- **Gevoelsreflectie:** een reflectie waarmee je het gevoel van de ander benoemt en teruggeeft.
- **Versterkte reflectie:** (of 'overschatting') een reflectie waarmee je bepaalde) licht overdrijft, in de verwachting dat de ander zal gaan nuanceren.
- **Verzwakte reflectie:** (of 'onderschatting') een reflectie waarmee je de boodschap van de ander licht afzwakt. Het effect zal zijn dat de boodschap vervolgens juist zal versterken.

Reflectief luisteren heeft echter ook een bijzonder effect op de gebruiker zelf. Tot hun eigen verrassing blijken ze beter te gaan luisteren. En als ze enkele jaren deze techniek gebruiken blijken ze mensen echt beter te gaan begrijpen. Reflectief luisteren is dus meer dan een techniek. Het is een manier om mensen te begrijpen.

Iemand verwoorde het zo: "Het is voor mij zo ontspannen om op deze manier gesprekken te voeren. Ik ben niet meer bezig met overtuigen, met mijn mening, met oplossingen of adviezen. Ik laat het allemaal los, en ik wil eerst begrijpen, voordat ik begrepen wil worden. Hierdoor gaan mijn gesprekken veel gemakkelijker. Het wonderlijke is dat mensen soms opgelucht bij me weg gaan, terwijl ik alleen maar heb geluisterd! En als ik dan nog een oplossing of advies moet geven, dan is de kwaliteit daarvan beter, en accepteert de ander dat veel beter als ik eerst goed geluisterd heb."

TALKINGSENSE © Jaap Postma, trainer/ coach/ spreker

boekingen: 06-22441548 of jpostma@ziggo.nl