

Afwijzing zet aan tot meer ingezonden ideeën

De betrokkenheid van werknemers wordt bij organisaties steeds belangrijker. Bedrijven vragen hun werknemers vaak hun ideeën te delen over hoe het bedrijf te kunnen verbeteren. Niet al deze ideeën worden meegenomen: sommige worden afgewezen, andere geaccepteerd. Universitair docent Dirk Deichmann van Rotterdam School of Management, Erasmus University (RSM) onthult het verrassende positieve effect van afwijzing: het zou mensen juist motiveren om terug te komen met nieuwe initiatieven.

Dr. Deichmann onderzocht 1.800 ideeën die via een online ideeënbus van een bedrijf wer-

den ingediend over een periode van 12 jaar. Hij ontdekte dat het afwijzen van een idee mensen juist motiveerde om in de vier jaar na de eerste afwijzing met een nieuw idee te komen. Het tegenovergestelde gebeurde bij mensen van wie de ideeën de eerste keer werden geaccepteerd. Mensen die succesvol zijn en wier ideeën werden aangenomen, hadden minder de neiging nog een keer een nieuwe suggestie in te dienen in vergelijking met werknemers die een afwijzing moesten verwerken.

Dus afwijzingen hebben een motiverend resultaat, maar wel tot een bepaalde grens. Pas na een piekpunt van 27 afgewezen

ideeën dienden mensen minder vaak een idee in en de waarschijnlijkheid dat ze dit zouden blijven doen, verminderde.

Deichmann keek ook naar de kwaliteit van de nieuwe suggesties door mensen die nieuwe ideeën opperden na eerdere afwijzingen. Hij ontdekte dat hoewel deze mensen vaker een nieuw idee indienden, hun ideeën steeds opnieuw zouden worden afgewezen.

Mensen die succesvol waren – zelfs als het niet waarschijnlijk is dat ze opnieuw een idee zouden indienen – waren echter opnieuw succesvol. Dus mensen met goede ideeën dienen niet sneller een nieuw idee in,

maar als ze dit doen zullen hun suggesties vaker worden geaccepteerd.

De conclusie die bedrijven kunnen trekken is: als ze willen dat hun werknemers bruikbare ideeën indienen waarvan het bedrijf kan profiteren, moeten ze mensen die al eens een succesvol idee hebben ingediend, motiveren nog een keer een idee in te dienen. Tegelijkertijd moeten ze mensen, die ideeën opperen, maar steeds worden afgewezen, helpen door ze te vertellen aan welke algemene criteria het idee moet voldoen of door hen te koppelen aan mensen met succesvolle ideeën.

