

# Hoe verkoop ik mijn architectuur?

Drijfveren Analyse als hulpmiddel  
om de juiste ingang te vinden

Erik Philippus  
Improvement  
[erik@agile-architecting.com](mailto:erik@agile-architecting.com)

Mijn vrouw en ik werden laatst na het journaal getraakteerd op een reclamespotje van energieleverancier Oxxio, waarin een modern vormgegeven poppetje door middel van vreemde lipbewegingen, de kijker 3 maanden gratis groene stroom beloofd. Mijn vrouw zat zich zo te ergeren aan dat rare mannetje, dat ze uitriep: "ik zal mezelf daarmee wel tekort doen, maar van dat stomme poppetje wil ik geen stroom!" Waarmee maar weer eens is aangetoond, dat de verpakking minstens zo belangrijk is als de eigenlijke boodschap.

Ook architecten worden hier regelmatig mee geconfronteerd. Een architect moet in staat zijn een ontwerp in klare taal uit de doeken te doen. Maar om de gemaakte (technische) afwegingen, en de voor- en nadelen van de gekozen architectuur helder te kunnen uitleggen aan mensen met uiteenlopende achtergrond – dat valt vaak niet mee. Zo zal een manager meestal niet zoveel interesse hebben in alle technologische details, maar des te meer willen weten wat de *business value* is van de voorgestelde architectuur. Zoals ik zelf meerdere malen heb waargenomen, slaagt lang niet elke vakinhoudelijke bekwame architect erin om een manager te overtuigen van het nut of de impact van een op zich prima ontwerp. Vrijwel iedere (junior) architect die bij mij een trainings- of coachingssessie komt volgen, benoemt juist dit aspect van het vak als een belangrijk leerdoel.

De kern van deze problematiek is dat de zender en de ontvanger op verschillende golflengtes zitten. De architect klopt op de voor hem bekende en logische deur, maar helaas staat de manager, opdrachtgever of eindgebruiker te wachten bij een andere deur. De oorzaak is meestal gelegen in een verschil in drijfveren tussen de architect en de meeste stakeholders.

Drijfveren verklaren voor een belangrijk deel ons gedrag en de reacties van anderen daarop. Ze zijn bepalend voor onze inspiratie en motivatie. Helaas bevinden onze drijfveren zich onder de oppervlakte. Meestal vliegen we op de automatische piloot, gedreven door onze ervaringen, normen, waarden, overtuigingen en wereldbeeld. Bewustwording en kennis van de verborgen drijfveren van onszelf en van anderen is dus een manier om de zender en ontvanger op elkaar af te stemmen.

Een in de praktijk bruikbaar hulpmiddel dat een architect kan helpen aan te kloppen op de juiste deur, is de z.g. drijfveren analyse. Deze analyse is gebaseerd op het gedachtegoed van Clarence Graves, de grondlegger van *Spiral Dynamics*. Aan de hand van een uitgebreid vragenformulier ontrafelt deze analyse het automatische piloot gedrag, en maakt verborgen motieven expliciet door middel van een drijfveren profiel. Het geeft inzicht in de normen, waarden en attituden van waaruit een persoon acteert en reageert. De kennis die dit oplevert kan vervolgens worden gekoppeld aan het feit dat communicatie het beste werkt door aan te sluiten op de drijfveren of het wereldbeeld van de ander. Hierdoor kan de architect een bewuste keuze maken in de communicatie met mensen van diverse pluimage. Zonder zichzelf te verloochenen, is hij/zij dan in staat op precies hetzelfde te zeggen, alleen vanuit het wereldbeeld van de ander.

Zoals vaker in diverse toonaarden is gezegd: architectuur is communicatie. We kunnen er niet omheen dat er een behoorlijk verschil kan zitten in *wat* er wordt gezegd, en *hoe* iets wordt gezegd. Inzicht in de eigen drijfveren, en het afstemmen daarvan op gesprekspartners kan een architect helpen zijn of haar architectuur met succes 'te verkopen'.