

De kracht van een kanaalstrategie voor betere interne communicatie

Roosmarijn Busch – Orange Otters verandercommunicatie
Online Intranetsymposium 4 juni 2024

1



Roosmarijn Busch

Directeur Orange Otters
Communicatieverbeteraar
Specialist digitale interne communicatie en gedragsverandering



2

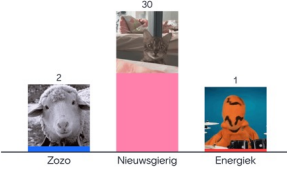


Check-in

Menti: 29 85 44 5

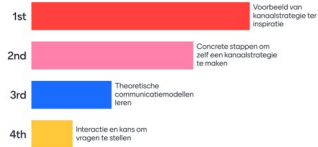
3

Hoe zit je erbij vandaag?



Emotie	Waarde
Zozo	2
Nieuwsgierig	30
Energiek	1

Wat wil je uit deze sessie halen?



Rank	Goal
1st	Voorbeeld van kansstrategie ter inspiratie
2nd	Concreet stappen om zelf een kansstrategie te maken
3rd	Theoretische communicatiemodellen leren
4th	Interactie en kans om vragen te stellen

4

Drie vragen komen aan bod

- **Waarom is kanaalstrategie belangrijk?**
- **Hoe pak je het aan?**
- **Hoe ziet het eruit?**



5



Roosmarijn Busch
Directeur |
Communicatieverbeteraar,
specialist online communicatie



Michael Meyer
Directeur | Senior adviseur
interne communicatie



Huib Koeleman
Senior adviseur
verandercommunicatie
(associate)



Lisa Kortekaas
Senior communicatieadviseur



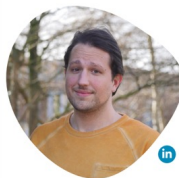
Natascha Hulsker
Junior communicatieadviseur



Salima Kissami
Medior communicatieadviseur



Eline Pols
Junior communicatieadviseur



Jeroen van Woudenberg
Senior communicatieadviseur



Floortje van der Hert
Junior communicatieadviseur



Jori Alkemade
Senior adviseur |
Organisatieantropoloog



6

Orange Otters

Hét bureau voor interne communicatie

- Interne communicatie verbeteren
- Communicatie bij verandering
- Inzet interne (digitale) media



o r a n g e
o t t e r s
VERANDERCOMMUNICATIE



7

Waarom interne communicatie?

Betrokken medewerkers **presteren beter** en werken met **meer plezier**

Bij interne communicatie ligt de sleutel tot **hogere betrokkenheid**

Met interne communicatie kun je aan **vertrouwen bouwen**, ook bij ingrijpende situaties



8

De voordelen van betrokkenheid



**81% minder
verzuim**



**64% minder
ongevallen**



**43% minder
wisselingen**



**18% hogere
productiviteit**



**23% hogere
winst**



Bron: Gallup 2023

9

Een greep uit onze diensten



Visie en interne
communicatiestrategie



Verandercommunicatie



Strategie en adoptie
digitale werkplek



Kanaalstrategie en de
middelenmix



Onderzoek, persona's
en dashboards



Interventies
voor gewenst gedrag



Leiderschaps-
communicatie



Internal alignment van
waarden en missie

10



11



12

Welke vraagstukken
spelen in jouw
organisatie rondom
kanalen?



Menti: 29 85 44 5

13

In hoeverre is in jouw organisatie sprake
van....



14

Uit eerdere onderzoeken..

"Er is een overload aan communicatie, het is onduidelijk welke informatie noodzakelijk is en we missen het gesprek over belangrijke ontwikkelingen in de organisatie.". -- Dat was de quote die hier stond.

"Vaak zetten we het op de mail, dan hebben wij onze plicht gedaan. Dan hebben we het in ieder geval ergens gedeeld voor hen om het terug te vinden."

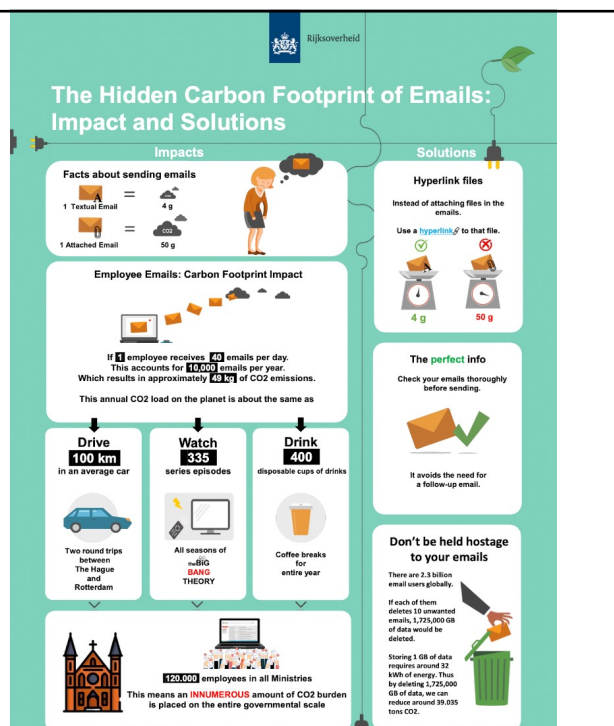
"Kan door de bomen het bos niet meer zien"

"Weet niet altijd goed waar je alles kunt vinden. Ook door alle nieuwe systemen als MS Teams, SharePoint, etc. verandert de plaats waar zaken stonden momenteel nog wel eens."



15

Footprint beperken als achterliggende redenen om data- en kanaalbewustzijn te stimuleren



16

Wat levert het op? Een goede kanaalstrategie...

-  Stelt medewerkers beter in staat om relevante communicatie te vinden en te filteren, waardoor ze sneller verder kunnen met hun eigen werk.
-  Helpt leiders en andere collega's met een belangrijke interne communicatierol de juiste kanalen te gebruiken.
-  Zorgt voor een goede mix van interne communicatiekanalen, waardoor ruimte ontstaat voor dialoog en luisteren.
-  Vergroot de tevredenheid van medewerkers, omdat terugkomende communicatiefrustraties aangepakt worden.
-  Ondersteunt communicatieklimaat in de organisatie, daardoor ben je een (nog) betere werkgever.



17

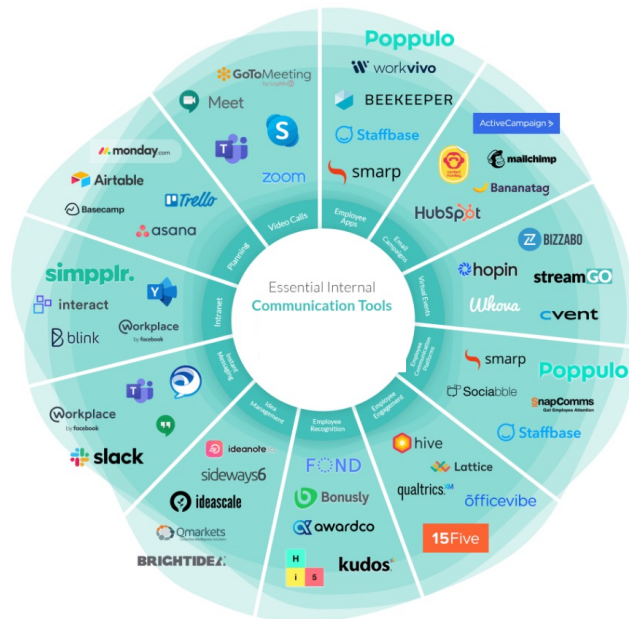
Definitie kanaalstrategie

- Een kanaalstrategie voor interne communicatie omschrijft **de rol en positie van elk communicatiekanaal binnen een organisatie**. Je omschrijft via welk kanaal jouw **interne doelgroepen bij voorkeur bereikt en betrokken worden**. Daarnaast creëer je **samenhang** tussen alle beschikbare kanalen, zodat ze elkaar versterken in het bevorderen van een optimale interne communicatie. Dit levert een ideale **communicatiemix** op.



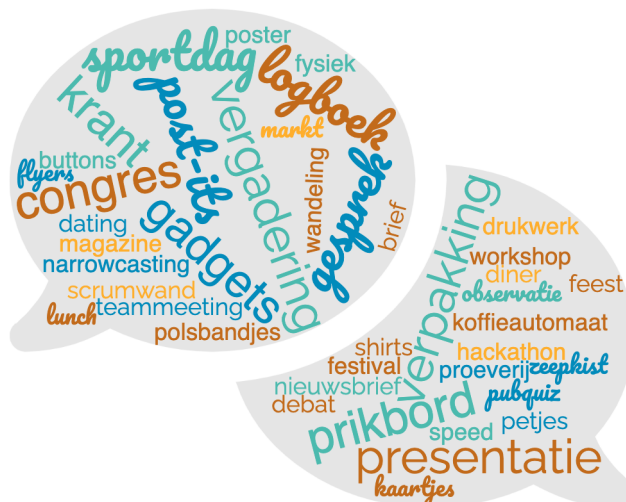
18

Wat voor communicatiekanalen zijn er? | Digitale kanalen



20

Wat voor communicatiekanalen zijn er? | Analooog



21

In 5 stappen naar kanaalstrategie

22

In vijf stappen naar een kanaalstrategie



23

1. Schets de strategische context

- Haak aan bij organisatiedoelen, structuur en cultuur
- Check ook ontwikkelingen en trends buiten de organisatie



1. Schets de strategische context



24

Voorbeeld leidende principes

Onze leidende principes voor interne communicatie:

1. Belangrijke informatie is voor iedereen toegankelijk; hangt niet af van persoonlijk netwerk en is vindbaar voor iedereen.
2. We geloven in luisteren en dialoog voor een sterke verbinding met elkaar.
3. We zijn een lerende en innoverende organisatie, en we delen onze kennis.



1. Schets de strategische context



25

Leidende principes (voorbeeld 2)

1. We geloven in dialoog, participatie en co-creatie, iedereen neemt hierin een eigen verantwoordelijkheid
2. In communicatie zetten we het perspectief van de medewerker centraal
3. Communicatie is open, duidelijk en begrijpelijk
4. We zijn een lerende en innoverende organisatie, fouten maken mag en we leren daarvan
5. Leidinggevendens dragen een communicatieverantwoordelijkheid
6. Communicatie is datagedreven



26

2. Breng huidige kanalen en behoeften in kaart

- Inventariseer en zet alle kanalen op een rij.
- Heb je scherp wie en wat je met welk kanaal wil bereiken?
- Breng de behoeften van medewerkers in kaart. Medewerkerpersona's zijn een handig hulpmiddel



2. Breng de huidige kanalen en behoeften in kaart



29

Interne persona's helpen je om je beter in de medewerkers van de organisatie te verplaatsen en hun communicatiebehoeften te begrijpen.



30

Baliemedewerker / KCC	Kenmerkende quote "Ik ben het gezicht van de gemeente"	Netwerk: contact met	Informatiebehoefte Beleed/Richten: 1 2 3 4 5 Taak-informatie: 1 2 3 4 5 Kennis delen Samenwerken: 1 2 3 4 5 Sociaal/verbinding: 1 2 3 4 5
Persoonlijkheid	Professionele doelen Klanttevredenheid borgen Afvinen of doorzetten taken (productie draaien) veel klanten te woord kunnen staan	Kenmerken Verplaats de ronde stip Digitaal vaardig: 1 2 3 4 5 Locatie: 1 2 3 4 5 Betrokken: 1 2 3 4 5 Samenwerking: 1 2 3 4 5 Pionier: 1 2 3 4 5 Waardering ICT: 1 2 3 4 5 Mate van thuiswerken: 1 2 3 4 5	Mediagedrag Mate van gebruik laag naar hoog Nieuwsbrief: 1 2 3 4 5 Magazine: 1 2 3 4 5 Intranet: 1 2 3 4 5 Chat: 1 2 3 4 5 Narrowcasting: 1 2 3 4 5 Email: 1 2 3 4 5 MS Teams: 1 2 3 4 5 Live Team meetings: 1 2 3 4 5 Events: 1 2 3 4 5
	Uitdagingen/ zorgen Werkdruk Veiligheid (ontevreden klanten) ICT die niet meewerkt protocollen die niet kloppen met de echte situatie	Tools Belangrijke software: zيت achter vaste PC zonder intranet	
Achtergrondinformatie Beschrijf verhalen en de nieuwswaard van de persona. Denk aan ambities, waarden, kennis, leefomgeving. Benoem dingen die van invloed zijn op de manier van communiceren met deze persona. Is het gezicht van de organisatie naar de inwoners toe. Harde werker, doet vooral wat hem /haar gezegd wordt. Heeft een sterke behoefte aan voorspelbaar werk, veiligheid, heldere werkinstructies, info over werkcondities en rolbeschrijving. Door de aard van het werk staat deze medewerker wat verder van de organisatie af. Er is geen tot weinig tijd om op de hoogte te blijven via intranet, en events zijn vaak tijdens werktijd terwijl de ballen gewoon open blijven.	Interesses (op het werk) teamgenoten lukt het concreet aan de slag leuke parttime baan		

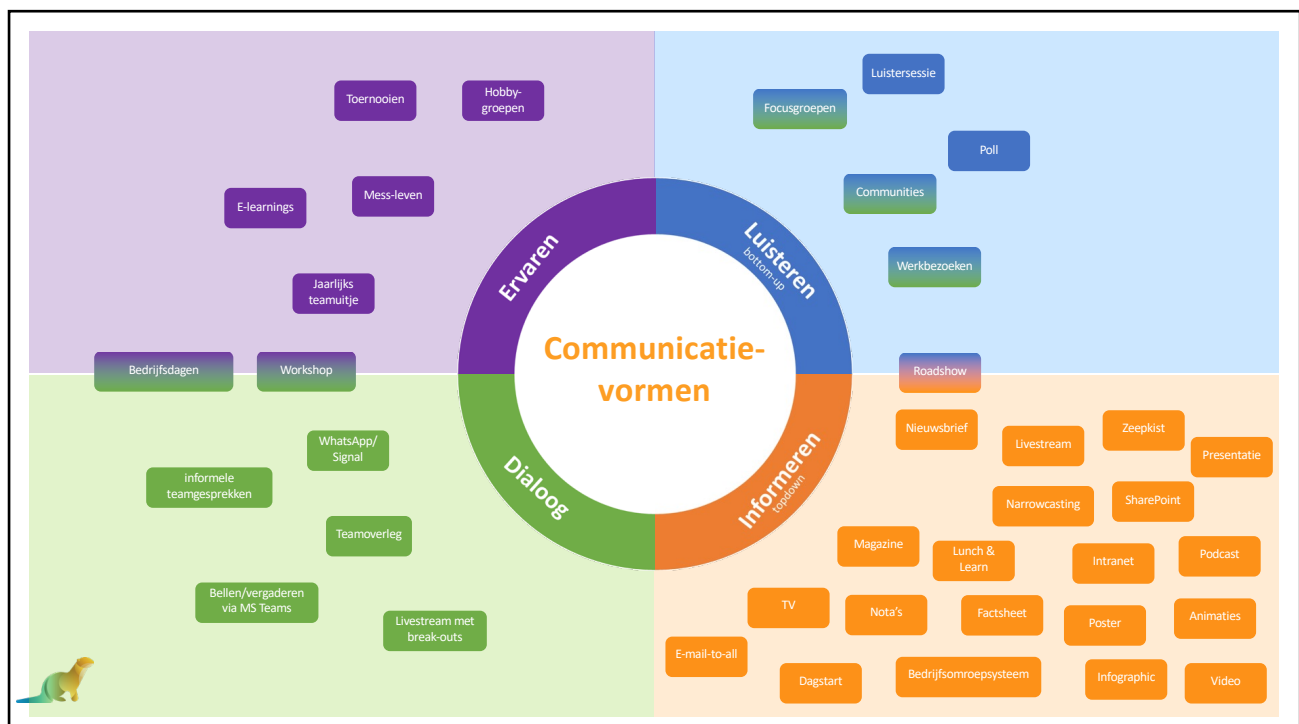
31

Het communicatieklaverblad



2. Breng de huidige kanalen en behoeften in kaart

34



35

Intranet staat niet los van de andere kanalen. Creëer samenhang in de totale communicatiemix.

36

3. Van huidige naar gewenste communicatiemix

- Wat is nu de basis voor interne communicatie? Aan de hand van een matrix is de huidige kanaalstrategie in kaart te brengen en vervolgens vast te stellen hoe die verbeterd zou kunnen worden.



3. Match overzicht huidige kanalen met ambities



37

 Kanaaloverzicht							
Kanaaloverzicht	 Krant	 Intranet	 Nieuwsbrief	 Video	 Narrowcasting	 Infographics	 Sociaal Netwerk
Content	Organisatiebreed nieuws	Organisatiebreed nieuws	Belangrijkste resultaten	- Interviews - Portretten - Rapportage	Organisatiebreed nieuws	Belangrijkste cijfers	Kennis delen
Primaire doelgroep	Hele organisatie	Kantoorpersoneel	Hele organisatie	Hele organisatie	Hele organisatie	Hele organisatie	Kantoorpersoneel
Bereik bij doelgroep							
Betrokkenheid							
Communicatie-vorm	Drukwerk	Digitaal	Digitaal / E-mail	Intranet / Narrowcasting	Digitaal	Drukwerk / Narrowcasting	Digitaal
Frequentie	Maandelijks	Dagelijks	Maandelijks	Flexibel	Dagelijks	Flexibel	Dagelijks

Geïnspireerd op [How you help your managers choose the right communication channels](#) - Jonas Bladt Hansen

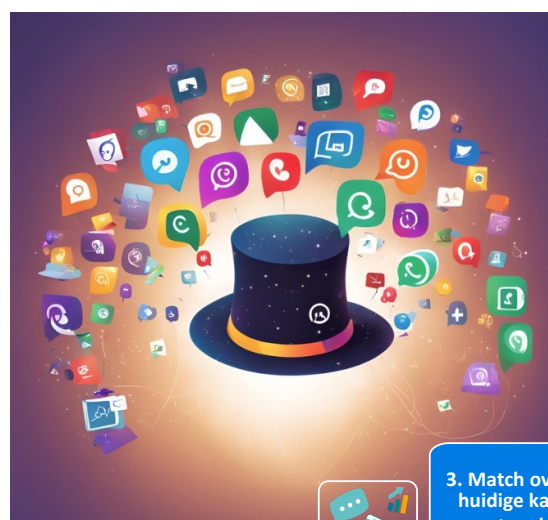


3. Match overzicht huidige kanalen met ambities

38

Analyseren van huidige mix

- Hoe is balans?
- Hoe is de kwaliteit? Wat is het bereik van de middelen?
- Waar is positief of negatief sentiment?
- Sluiten behoeften en wensen aan op inzet kanalen?
- Check leidende principes. Bijv “we geloven in luisteren en dialoog” – welke middelen zijn hiervoor?



3. Match overzicht huidige kanalen met ambities

39

Dialogo | Doelen en middelen



LEGENDA

	bestaand
	nieuw
	doorontwikkelen
	afbouwen



3. Match overzicht huidige kanalen met ambities

41

4. Betrek de organisatie

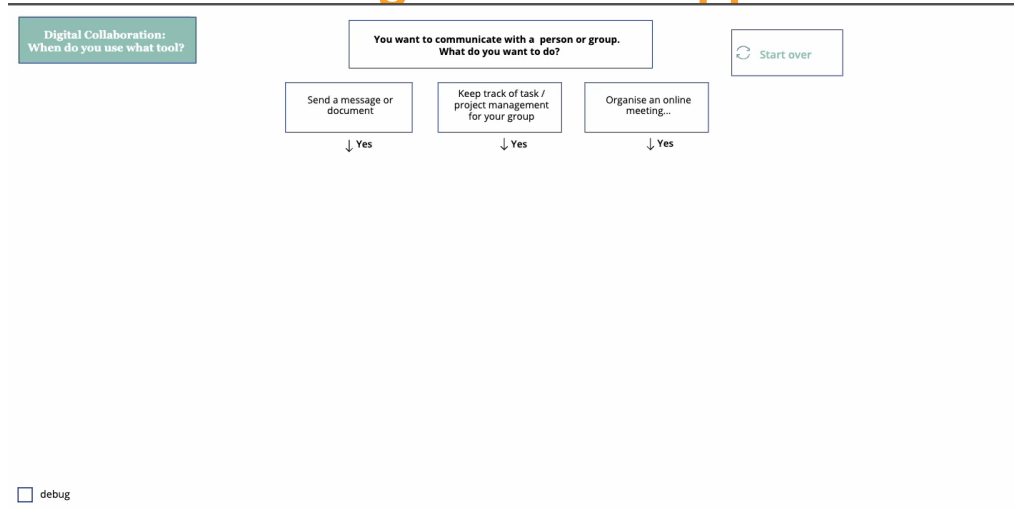


42



43

Vanuit de medewerker: Interactieve uitleg via PowerApps



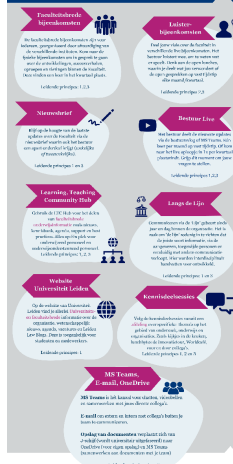
47

Vanuit kanaal

De belangrijkste kanalen voor interne communicatie FdR

Onze leidende principes voor interne communicatie:
1. Belangrijke informatie is voor iedereen toegankelijk; hangt niet af van persoonlijk netwerk en is vindbaar voor iedereen.
2. We geloven in luisteren en dialoog voor een sterke verbinding met elkaar.
3. We zijn een lerende en innovatieve organisatie, en we delen onze kennis.

Faculteit Rechtsgeleerdheid | Universiteit Leiden



De belangrijkste kanalen voor interne communicatie FdR

Onze leidende principes voor interne communicatie:
1. Belangrijke informatie is voor iedereen toegankelijk; hangt niet af van persoonlijk netwerk en is vindbaar voor iedereen.
2. We geloven in luisteren en dialoog voor een sterke verbinding met elkaar.
3. We zijn een lerende en innovatieve organisatie, en we delen onze kennis.

Faculteit Rechtsgeleerdheid | Universiteit Leiden



5. Adoptie en uitwerken visuals

48

Welke kanalen gebruiken we voor interne communicatie?



Welke kanalen gebruiken we voor interne communicatie?



49

50

- ## Kanaaloverzicht

Kanaaloverzicht	Krant	Intranet	Nieuwsbrief	Video	Narrowcasting	Infographics	Sociaal Netwerk
Content	Organisatiebreed nieuws	Organisatiebreed nieuws	Belangrijke resultaten	- Interviews - Portretten - Rapportage	Organisatiebreed nieuws	Belangrijkste cijfers	Kennis delen
Primaire doelgroep	Hele organisatie	Kantoorpersoneel	Hele organisatie	Hele organisatie	Hele organisatie	Hele organisatie	Kantoorpersoneel
Bereik bij doelgroep							
Betrokkenheid							
Communicatievorm	Drukkerij	Digitaal / E-mail	Intranet / Narrowcasting	Digitaal	Drukkerij / Narrowcasting	Digitaal	
Frequentie	Eenmalig	Dagelijks	Maandelijks	Flexibel	Dagelijks	Flexibel	Dagelijks

Bron: <https://www.rijksdienst.nl/overrijksdienst/overrijksdienst> door de direct communication channel - James Black Hanger



Behapbaar beleid maken | Interne Communicatie Canvas



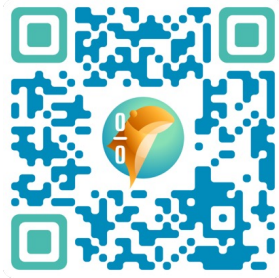
52

Zelf aan de slag met persona's?

Meld je aan voor de masterclass op 2 juli!



53



Schrijf je voor onze nieuwsbrief



Roosmarijn Busch

roosmarijn@orangeotters.nl

Schrijf je in voor training:

- Interne communicatie canvas (12 juni 2024)
- Masterclass persona's (2 juli 2024)