

*Management Drives is een merk en product van Management Drives bv.
Spiral Dynamics is een geregistreerd merk van the National Values Centre.
Werken vanuit Waarden/Communicatie tot de Kern is een product van Responsible bv.
Ontwerp folder: Traject, Fred Cornelissen.
Illustraties: Maritgen Matter.*

VOOR MEER INFORMATIE:



Responsible Communicatie bv
Eemster 1
7991 PP Dwingeloo
Telefoon: (0521)52 22 35
Fax: (0521)52 22 31
E-mail: gertjan@responsible.nl
Website: www.responsible.nl

Op de website wordt onze visie en werkwijze op een aantal punten wat dieper inhoudelijk uitgewerkt. Ook kunt u daar aanvullende en actuele informatie vinden.

Werken vanuit Waarden



Communicatie tot de Kern

KRACHTLIJN VOOR RICHTING, BEZIELING, EFFECTIVITEIT EN SUCCES

LAAT ZIEN WIE U BENT...

Medewerkers zijn niet meer te binden met alléén zekerheid. Klanten willen méér dan acceptabele producten en diensten. Belangengroepen en media houden organisaties tegen het licht: dubieus gedrag is snel openbaar en de gevolgen zijn vaak ingrijpend.

Voor bedrijven en instellingen draait het daarom steeds minder om wat ze kunnen en steeds meer om **WIE ZE ZIJN**. Klantgerichtheid, integriteit, verantwoordelijkheid, open communicatie en congruent gedrag zijn waarden die algemeen gelden. Deze manier van **ZIJN** en **DOEN** kan ontwikkeld en geleerd worden.



...EN MENSEN
KUNNEN
BESLISSEN OF ZE
U HUN
VERTROUWEN
SCHENKEN

Responsible Communicatie kan uw organisatie helpen bij het scherp bepalen van **DE IDENTITEIT: WIE ZIJN WE EN WAAR WILLEN WE VOOR STAAN**. En om dat niet bij woorden te laten, helpen we u ook bij het uitdragen en waarmaken van die identiteit door een effectief gebruik van interne en externe communicatie. Hiermee wordt het fundament gelegd voor meer richting en bezieling en voor betere effectiviteit en resultaten.

In deze brochure vertellen wij u meer over onze visie op het functioneren van organisaties, de betekenis van medewerkers voor het kunnen bereiken van goede resultaten en de wezenlijke rol van communicatie en verbinding.

Ook bieden we u inzicht in hoe we werken en met welke middelen we eraan kunnen bijdragen dat waarden en uitgangspunten ook werkelijk gedragen, gedeeld en opgemerkt worden.

WERKEN VANUIT WAARDEN / COMMUNICATIE TOT DE KERN biedt een organische weg om **MENSEN EN DOELGROEPEN** binnen en buiten de organisatie te **BEREIKEN, BEWEGEN EN BINDEN**. Met onze werkwijze hebben we voor kleine en grote klanten opmerkelijke resultaten geboekt.

Uiteindelijk gaat het er natuurlijk om wat wij voor úw organisatie kunnen betekenen. Tijdens een vrijblijvende kennismaking gaan wij graag de dialoog met u aan.

YOU MUST
BE
THE CHANGE
YOU WISH
TO SEE
IN THE WORLD

MAHATMA GANDHI

SUCCES IS MENSENWERK

Of bedrijven en instellingen onderscheidend en succesvol zijn wordt grotendeels bepaald door de mensen die er werken. Zulke organisaties kwalificeren zich voor succes door:

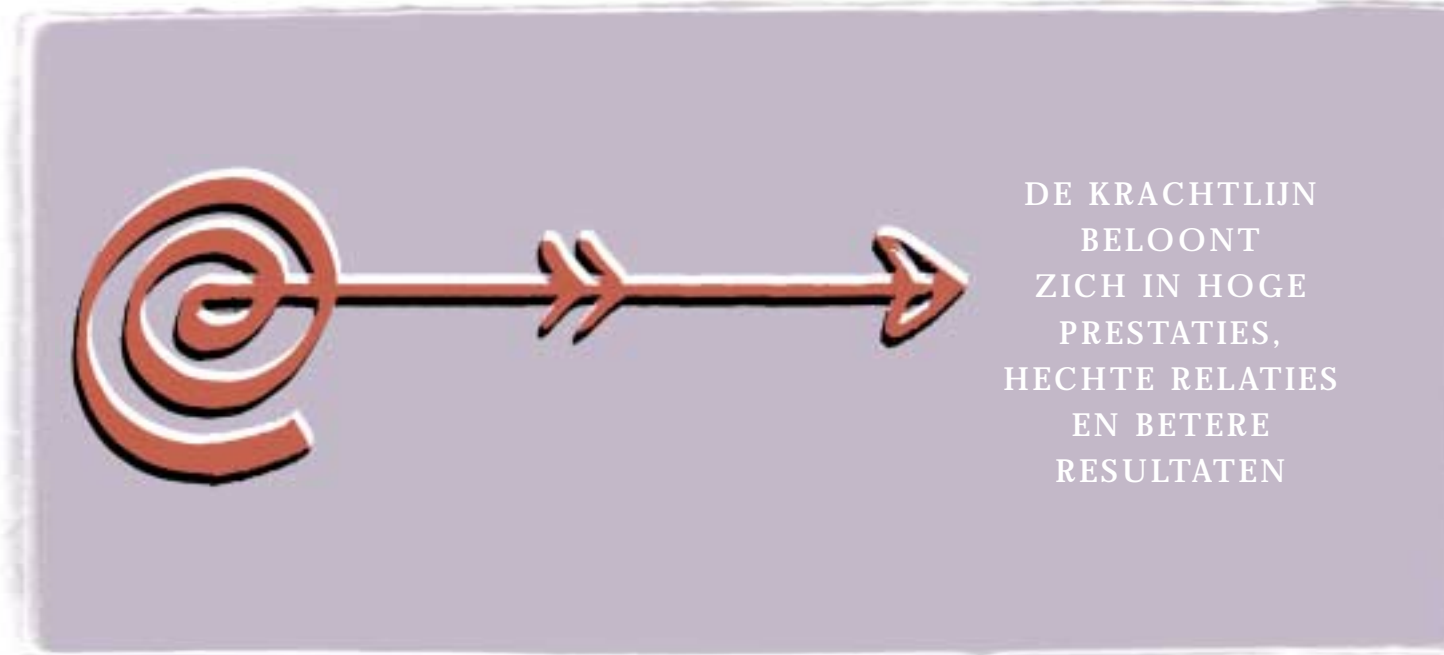
EEN LEIDER (directie) **MET VISIE, DIE DE MISSIE UITDRAAGT** en de identiteit van de organisatie een stevig fundament geeft binnen het spanningsveld van branche, markt en samenleving.

LEIDINGGEVENDEN DIE DE VISIE EN MISSIE DELEN en die weten te vertalen naar heldere waarden en uitgangspunten voor de dagelijkse werkpraktijk. Zij geven het voorbeeld en involveren medewerkers vanuit dit gezamenlijk fundament.

MEDEWERKERS DIE DE MISSIE TOT LEVEN BRENGEN en hun persoonlijke zingeving kunnen verbinden met de waarden en doelen van de organisatie.

Zij weten én begrijpen wat hun bijdrage aan het geheel is, nemen daarvoor verantwoordelijkheid, kunnen goed samenwerken en communiceren open met elkaar.

KLANTEN EN ANDERE STAKEHOLDERS HEBBEN VERTROUWEN IN ZO'N ORGANISATIE. Zij brengen er graag hun belang onder, zijn vaak langdurig trouw en voelen zich daar prettig bij.



Organisaties waar mensen deze **KRACHTLIJN** weten te vormen, komen bezielde en gedreven over. De eigen identiteit en de koers zijn op alle niveaus duidelijk. Mensen werken er met veel inzet én plezier en daardoor zeer effectief. Klanten en betrokkenen eten de vruchten hiervan met smaak.

De **IDENTITEIT** en de congruente manier waarop die 'geleefd' wordt, **VERTAALT ZICH NAAR EEN STERKE REPUTATIE.**

MENSEN WILLEN BETEKENIS

De praktijk laat helaas vaak de andere kant van de succesmedaille zien. In veel organisaties zijn mensen ongelukkig en gefrustreerd. Dat leidt ertoe dat ze niet meer het beste uit zichzelf naar boven halen, een lagere effectiviteit hebben, meer fouten maken en soms zelfs elkaar (en klanten!) tegenwerken. Niet omdat zij dit zo willen, maar omdat er door een combinatie van oorzaken dingen zijn scheefgegroeid.

5 tot 20% van de kosten die organisaties maken zijn faalkosten: kosten die misverstanden, inefficiëntie en fouten moeten herstellen; een forse verspilling van geld en energie.

Onze ervaring is dat dit soort problemen bijna altijd te herleiden is tot **KORTSLUITING IN DE VERBINDINGEN TUSSEN MENSEN ONDERLING** en/of **FRICTIES TUSSEN DE PERSOONLIJKE WAARDEN VAN MENSEN EN DIE VAN DE ORGANISATIE**. De oorzaak is veelal te vinden in een ondeugdelijke vertaling van de identiteit en doelen naar de mensen en werkprocessen.

NIETS HEEFT BETEKENIS,
BEHALVE DE BETEKENIS
DIE JE ER ZELF AAN GEEFT



ORGANISATIES DOEN
ER VERSTANDIG
AAN DE MOGELIJKHEDEN
TOT BETEKENISGEVING
TE ORGANISEREN EN
TE BEWAKEN

MEDEWERKERS WILLEN BETEKENIS HEBBEN EN BETEKENIS GEVEN. Zingeving, perspectief hebben, jezelf kunnen zijn, flow ervaren, samen iets tot stand brengen, het leuk hebben, uitdaging zien, gewaardeerd worden - of hoe mensen dit zelf ook noemen - is de basis van je gelukkig voelen in je werk en van optimaal functioneren.

KLANTEN, STAKEHOLDERS EN DE SAMENLEVING VRAGEN VAN ORGANISATIES DAT ZE EEN BETEKENIS HEBBEN EN GEVEN die verder gaat dan alleen winst maken. Openheid van zaken, oog voor de menselijke maat, verantwoordelijk gedrag en een balans tussen **PROFIT, PEOPLE EN PLANET** (triple-P) zijn basisvoorwaarden voor gezonde continuïteit.

COMMUNICATIE ALS KERNFUNCTIE

Communicatie is het voertuig waarmee bedoelingen en betekenissen worden overgebracht. Dagelijks krijgen we een overdaad aan communicatie toegediend. Veel ervan is ongericht en ongewenst. Het dwingt tot selecteren, simplificeren en negeren.

Wat het extra ingewikkeld maakt, is dat **DRIJFVEREN (WAARDEN/ OVERTUIGINGEN) EN INTERPRETATIES VAN MENSEN STERK KUNNEN VERSCHILLEN**. Uw boodschap kan dus verkeerd begrepen worden, uw opdracht anders worden uitgelegd zonder dat iemand zich hiervan bewust is.

DE MEESTE FOUTEN EN MISVERSTANDEN ONTSTAAN niet door te weinig communicatie, maar **DOORDAT ER ONGERICHT, ONVOLLEDIG EN ONDUIDELIJK GECOMMUNICEERD IS**. Dit wordt vaak niet onderkend, krijgt een patroonmatig en zelfbevestigend karakter en leidt weer tot nieuwe misverstanden, fouten, frustratie en demotivatie. Herkent u deze, meestal hardnekkige, negatieve spiraal?



Het begin van de oplossing ligt in een **BEWUST EN PLANMATIG GEBRUIK VAN BETEKENISMANAGEMENT EN COMMUNICATIEMANAGEMENT**.

Dit is het specifieke werkterrein van *Responsible Communicatie*. Wij bieden u enkele diensten waardoor u scherper de identiteit van uw organisatie kunt bepalen, beter gebruik maakt van interne en externe communicatie en **WERKZAME VERBINDINGEN TOT STAND BRENGT MET DOELGROEPEN EN MENSEN**. De effectiviteit en resultaten van werkprocessen, het werkklimaat en de reputatie van uw organisatie zullen hierdoor verbeteren.

Het maakt het daarbij makkelijker om mee te bewegen met telkens veranderende, complexe omstandigheden.

WE ZIEN DE DINGEN NIET ZOALS ZE ZIJN
WE ZIEN DE DINGEN ZOALS WIJ ZIJN

SAMENHANG EN AFSTEMMING

Of het nu de natuur, het menselijk lichaam, onze samenleving of de wereld betreft; telkens zien we weer dat sleutelen aan het ene onderdeel niet-bedoelde effecten geeft bij een ander onderdeel. De samenhang, het verband was even niet gezien en begrepen. In organisaties is dit vaak niet anders.

Veel problemen kunnen voortbestaan omdat de **ONDER-LIGGENDE SAMENHANG VAN OORZAKEN NIET DOORZIEN EN ERKEND WORDT**. Communicatie komt vaak niet over en 'binnen' omdat samenhang niet benut is of zuivere afstemming heeft ontbroken.

Hoe kan een bedrijf *extern* geloofwaardig zijn als er *intern* weinig richting en bezieling is?

Waarom zou men geloven dat uw diensten prima verzorgd zijn als u niet zorgzaam met het milieu of uw personeel omgaat?

Wilt u graag een relatie met een bedrijf van slechte reputatie?

Responsible helpt organisaties bij het **VERSTERKEN VAN DE SAMENHANG, DE AFSTEMMING EN DE CONSISTENTIE VAN EN TUSSEN**

INTERNE EN EXTERNE COMMUNICATIE. Een voorwaarde om tot kracht te komen en de identiteit waar te maken.

DOOR WERKEN VANUIT WAARDEN / COMMUNICATIE TOT DE KERN WEET EEN ORGANISATIE WIE ZIJ IS EN WAARVOOR ZIJ STAAT, kunnen medewerkers functioneren en samenwerken vanuit heldere uitgangspunten en representeren zij hun organisatie consistent en doelmatig. **DAT MAAKT EEN ORGANISATIE GELOOFWAARDIG EN BETROUWBAAR**.

En misschien wel het belangrijkste: het maakt dat medewerkers, klanten en andere stakeholders in hun kern bereikt worden, hun vertrouwen geven en zich willen verbinden.



WIE ZIJN WE



Responsible Communicatie is in 1988 gestart door Gertjan Broekman.

Voor die tijd werkte hij tien jaar als zelfstandig organisator van promotionele evenementen en zeven jaar als account-director bij twee grote reclamebureaus. Hij heeft opleidingen gedaan in marketing, communicatie, management,

visie-ontwikkeling, Waardengedreven Leiderschap en de licentietrainingen Management Drives en Spiral Dynamics.

Responsible werkt(e) voor grote en kleine bedrijven en instellingen in de profit- en not-for-profitsector en maakte school met de ontwikkeling en het management van landelijke communicatieprojecten als *Schrijf mij* en *Mail-link* voor PTT-Post, *het Talens Palet* voor Royal Talens, *het FotografenGilde* voor Fujicolor Benelux en *FotoMonument 2000* tezamen met enkele partners.

Responsible werkt in een netwerkstructuur met een aantal gelijkgestemde bedrijven. Voor klanten betekent dit, behalve een lage overhead, dat de meest geschikte mensen kunnen worden ingezet. *Responsible* blijft daarbij het aanspreekpunt voor klanten.



Responsible is lid van het Social Venture Network (SVN) Nederland en Europa en hanteert de triple-P denkwijze (People-Profit-Planet) voor 'maatschappelijk verantwoord ondernemen'.



KERNWAARDEN IN ONZE WERKWIJZE ZIJN:

respect, openheid, resultaatgerichtheid, creativiteit, diepgang, (maatschappelijke) betrokkenheid en realiteitszin.

ONZE MISSIE LUIDT:

Wij helpen organisaties om de eigen identiteit en waarden te verhelderen en met doordachte geloofwaardige communicatie mensen en doelgroepen te raken, bewegen, bezielen, en binden.

Doel is dat onze klanten met meer succes en betekenis (voor alle betrokkenen) hun missie en doelen kunnen realiseren.

Door ons werk willen we bijdragen aan een zakelijke cultuur die in balans is met de belangen van mensen en de werk- en leefomgeving.

HOE WERKEN WE

Geen organisatie is gelijk. **UW WENS OF CONCRETE PROBLEEM IS DAAROM HET BESTE UITGANGSPUNT.** Een oriënterend gesprek is de eerste stap. Samen met u bepalen we de best haalbare route om tot optimaal werkende communicatie te komen en de krachtlijn te laten werken.



ONZE KRACHTLIJN MET KLANTEN
KRIJGT VORM DOOR HELDERE DOELEN,
OPENHEID, GOEDE AFSPRAKEN EN
WEDERZIJDIG COMMITMENT

◆ Wij werken met enkele **BEPROEFDE METHODES EN INSTRUMENTEN*** en bieden u routes voor identiteitsontwikkeling, het formuleren van visie, missie en waarden en het bepalen van de meest geschikte structuur en opzet voor de interne en externe communicatie.

◆ Wij zijn gecertificeerd in **MANAGEMENT DRIVES EN SPIRAL DYNAMICS**, twee prachtige systemen om drijfveren van mensen, afdelingen en organisaties zichtbaar te maken.

Dit brengt sturing en afstemming op basis van waarden en overtuigingen binnen bereik en draagt veel bij aan zelfinzicht, onderling begrip en communicatie.

◆ Wij kunnen uw organisatie helpen bij het implementeren en verankeren van **WERKEN VANUIT WAARDEN/ COMMUNICATIE TOT DE KERN.**

◆ **REPUTATIEMANAGEMENT, RELATIEMANAGEMENT, MARKETINGCOMMUNICATIE/RECLAME** zijn gebieden waar we veel ervaring mee hebben. Wij adviseren/begeleiden u bij het ontwikkelen van strategieën en concepten die aansluiten op de identiteit en bij het realiseren van synergie en optimaal effect.

ROUTES KUNNEN KORTER OF LANGER ZIJN, afhankelijk van uw vraag, de omvang van uw organisatie, de huidige situatie en waar u uit wilt komen.

Wij werken graag aan **CONCRETE EN MEETBARE RESULTATEN**. Per project of fase maken we met klanten afspraken over doelstellingen, verantwoordelijkheden, resultaatmeting en kosten.

U kunt kiezen voor een adviserende, een begeleidende en/of een coachende rol van *Responsable* en haar partners. Wij bieden ook een **COMMUNICATIE-COACHINGS-ABONNEMENT**.

* Wij hebben desgewenst voor u als bijlagen bij deze folder een beschrijving van onze werkwijze met de belangrijkste instrumenten, een klantenlijst met cases en een overzicht van mogelijke problemen en vragen waarmee wij u verder kunnen helpen.