

In dit foldertje vindt u honderd, vragen, beweringen, probleemstellingen en verzuchtingen die bij organisaties, ondernemers, managers, medewerkers, klanten of stakeholders kunnen leven. Wij hebben deze honderdtallige 'roep om beter/anders' gegroepeerd naar de methoden en instrumenten waarmee *Responsible Communicatie* aan verbetering kan bijdragen. Kiest u maar...!

IDENTITEITKOMPAS

**'Wie zijn we, waar willen we voor staan':
waarden, missie, visie, uitgangspunten voor het werk**

- Het management heeft geen flauw benul hoe het er over vijf jaar voor ons (bedrijf/instelling) uitziet.
- Denk je dat het de klant wat uitmaakt of wij leveren of de concurrent?
- De geest van de oude eigenaar waart hier nog rond.
- We willen ons graag in meer onderscheiden dan alleen in de kwaliteit van onze producten.
- Het ontbreekt hier aan een visie op de toekomst.
- Hoe kunnen we invulling geven aan onze maatschappelijke verantwoordelijkheid?
- Het scoringspercentage van onze werving/offertes is onder de maat. Dat moet echt veranderen.
- Levert het mij als kleine onderneming wat op als ik duidelijker m'n identiteit formuleer en uitdraag?
- Het zou leuk zijn als financiers/aandeelhouders ons ook trouw bleven als het economisch eens een jaartje minder gaat.
- Klanten verwisselen ons regelmatig met concurrent Y.
- We willen wel innoveren. Maar hoe moeten we beginnen?
- De missie is hier nooit verder dan het papier gekomen.
- Wij vinden winst een noodzaak, maar hechten ook om de sociale en ecologische aspecten. Hoe kun je hierin 'n balans vinden?
- Het barst hier intern van de spanningen. Dat kost veel energie!
- We kunnen best wat meer van onszelf laten zien. We hebben immers veel te bieden.
- Tuurlijk hanteren we waarden als respect en betrouwbaarheid, maar hoe breng je dit dagelijks in praktijk?
- Het gaat nu prima, maar wie zegt dat dit over drie jaar nog zo is. Alles verandert zo snel.
- Ik vermoed dat we makkelijker personeel werven als we een sterkere reputatie hebben.
- Wat een dilemma, waar kunnen we de beslissing op funderen?
- Hoezo één richting! Iedereen doet hier maar wat.
- Hoe kom ik te weten wat klanten écht van ons vinden?
- Kan maatschappelijk verantwoord ondernemen winst brengen?

- In onze branche lijken alle producten/diensten op elkaar.
- We kunnen ons dus moeilijk onderscheiden.
- Is er een goede methode om de eenheid hier te vergroten?
- Ik kijk bij WIE ik koop. Bedrijven die slecht omgaan met hun personeel of het collectief belang gun ik m'n klandizie niet.
- We zien de dingen niet zoals ze zijn, maar zoals WIJ zijn.
- Nieuwe klanten zijn hier snel weer door de achterdeur verdwenen. We snappen werkelijk niet hoe dat komt.
- Als klant snap ik niet wat organisatie X wil uitdragen.
- Hoe kunnen we echt waarmaken wat we beloven?
- De mensen zijn hier onvoldoende gemotiveerd

BETEKENISMANAGEMENT

**Vertaling identiteit, doelen en uitgangspunten naar werkpraktijk:
Management Drives, Spiral Dynamics, WaardenDialog, e.a.**

- Ja, we hebben een missie, maar we komen niet toe aan een goede implementatie.
- De directie weet mogelijk waar we heengaan, maar wij op de werkvloer hebben geen enkel idee.
- We weten als directie best welke waarden we belangrijk vinden, maar het blijft zo snel hangen in kretologie.
- Ik zie bij instelling X maar weinig mensen met plezier werken.
- Hoe kan ik de betrokkenheid van medewerkers vergroten?
- We willen graag de dialoog opzoeken met klanten, dat lijkt ons namelijk beter voor de continuïteit van relaties.
- Wat is het juiste profiel voor de m/v op deze plaats?
- Ze zeggen JA, maar ze doen NEE.
- De directie heeft weer eens wat nieuws bedacht!
- Als medewerker heb je hier weinig in te brengen.
- Iedereen verstaat hier blijkbaar wat anders onder....
klantgerichtheid / openheid / respect /
- Ik wil m'n medewerkers sterker/langer aan de organisatie binden. Personeelswerving kost nu teveel tijd en geld.
- Deze leverancier doet weinig om mij (klant) te begrijpen.
- Wij moeten bezuinigen en hij krijgt een nieuwe BMW.
- We begrijpen elkaar vaak niet goed en dat is verdomd lastig.
- Hoe krijgen we voor mekaar dat de waarden en doelen die we nastreven door medewerkers begrepen en gedragen worden.
- Waar zijn we in godsnaam mee bezig!
- Het lijkt wel of ieder hier z'n eigen agenda heeft.
- Ik koop daar niet meer, ik voel me als klant niet gezien.
- Ik ervaar nogal wat tegenwerking van andere afdelingen.
- Binnen het managementteam leven verschillende opvattingen.

- Snap jij wat hun drijft tot dit gedrag?
- Burnout lijkt hier wel een besmettelijke ziekte!
- Klanten vinden iets anders van ons dan we denken/willen.
- Ik krijg veel nieuwe klanten omdat bekend is dat we betrouwbaar werk leveren. Dat maakt ons bedrijfje minder kwetsbaar.
- Niets heeft betekenis, behalve de betekenis die je er zelf aan geeft.
- Iedere afdeling lijkt hier een bedrijf met eigen belangen.
- Dit team kan niet samenwerken. Wat kan ik hieraan doen?
- Ik krijg mijn medewerkers niet duidelijk gemaakt wat ik beoog met deze, toch zeer concrete, doelstelling.
- Het lijkt of 'de administratie' een andere taal spreekt.
- Hoe kan ik zorgen dat m'n werk me meer energie oplevert?
- Het lijkt wel of hij/zij ons expres tegenwerkt.

INTEGRALE COMMUNICATIE (INTERN)

**Communicatiemanagement voor meer kwaliteit/effectiviteit:
CommunicatieKompas, Management Drives, 3B-Strategie, e.a.**

- De interne communicatie bij ons bedrijf is een chaos!
- Hoe kunnen we de neuzen dezelfde kant op krijgen en toch diversiteit en creativiteit in stand houden?
- Het echte werkoverleg doen we tijdens de koffiepauze.
- M'n assistent is heel betrouwbaar, maar luistert slecht en dat geeft misverstanden. Wat kan ik hieraan doen?
- We krijgen onze informatie meestal achteraf.
- De consistente en heldere interne communicatie vormt het cement van de kwaliteit die we kunnen neerzetten.
- Iedereen roept hier maar wat!
- Hoe zorgen we dat er met i.p.v. over elkaar wordt gepraat?
- Je krijgt hier regelmatig tegengestelde instructies.
- Er gaat nogal wat fout, dat kost veel geld en het lijkt wel of mensen er niets van leren.
- Fouten maken wordt op mijn werk niet getolereerd, je houdt je mond dus wel als er iets mis gaat.
- M'n manager doet weinig met m'n goed bedoelde feedback.
- Leuk hoor die interne nieuwsbrief, maar laat ze eerst eens gewoon met ons praten!
- Hoe kunnen we beter bij elkaar toetsen wat we bedoelen?
- We vergaderen veel, zonder écht naar elkaar te luisteren.
- Hij/zij krijgt het spaans benauwd bij iedere verandering.
- Communiceren is zo dicht mogelijk langs elkaar heen praten!
- Waar komen al die roddels toch vandaan?
- Ik wil wel eens weten hoe (on)tevreden de medewerkers zijn over hun werk en wat er volgens hen beter kan.

INTEGRALE COMMUNICATIE (EXTERN)
Communicatiemanagement voor meer kwaliteit en effectiviteit:
CommunicatieKompas, 3R-Strategie, 3R-Concept.

- Hoe krijgen we meer eenheid in onze reclame-uitingen?
- Ik heb het idee dat 50% van het reclamebudget verspild geld is.
- Ons imago strookt absoluut niet met onze identiteit.
- Ons reclamebureau komt alweer met een nieuw concept.
- Is dat wel verstandig?
- Kunnen we meer omzet halen uit bestaande klanten?
- Strookt verkoop (productie) van dit product / deze dienst nog wel met onze missie en waarden?
- Hoe kunnen we onze identiteit beter als toegevoegde waarde benutten in de communicatie naar buiten?
- We roepen dingen die we niet kunnen waarmaken!
- Als kleine onderneming hebben we met gerichte reclame in onze regio een sterke positie opgebouwd.
- Zij willen alleen dozen schuiven. Als klant tel je niet!
- Ja we hebben duidelijke waarden als uitgangspunt voor ons werk, maar moet je daarmee te koop lopen?
- Na alle berichten over de malversaties van bedrijf Z houden wij het als klant liever voor gezien.
- De communicatie is bij ons los zand. Productreclame, relatie-management en 'corporate' hebben geen enkele samenhang.
- Waarom zou ik geloven dat u respectvol met mij (als klant) omgaat als u uw personeel niet respectvol behandelt?
- Het werven van telkens weer nieuwe klanten kost veel geld.
- We hebben geen tijd om relaties goed te onderhouden.
- Het is mij (als prospect) niet duidelijk welke boodschap deze mailing wil overbrengen.
- Het zou zo mooi zijn als klanten ook nieuwe klanten binnenbrachten. Hoe kunnen we dat stimuleren?
- Als potentiële klant haak ik al af bij die norske telefoniste!
- Ik betaal liever wat meer bij Y, want daar krijg ik ook service.
- Hoe maak je de kwaliteiten van onze instelling beter zichtbaar?
- Onze advertenties maken de producten mooier dan ze zijn.
- Daar krijgen we regelmatig klachten over.
- Met klachten wordt daar niets gedaan.
- Hoe kunnen we klanten langdurig aan ons binden?

Wij gaan graag de dialoog met u aan over deze probleemstellingen, vragen, beweringen en verzuchtingen.
Of over andere vragen die specifiek voor uw bedrijf of instelling spelen. Roept u maar...

HOE RESPONSABLE U VERDER KAN HELPEN

Responsible Communicatie begeleidt bedrijven en instellingen bij het creëren van meer richting, bezieling, effectiviteit en succes. Onze methode *Werken vanuit Waarden/Communicatie tot de Kern* zorgt ervoor dat organisaties **beter weten wie ze zijn en waar ze voor willen staan en gaan** en dit door **effectieve interne en externe communicatie** goed kunnen uitdragen en waarmaken. Met het doel om medewerkers en klanten te bereiken, bewegen en (ver)binden.

Deze 'krachtlijn' geeft een organisatie bezieling en geloofwaardigheid; maakt medewerkers efficiënter en tevredener en brengt méér en trouwere klanten (en omzet!). En vooral niet te vergeten....
... het bespaart misverstanden, fouten, geld en energie!

Wij werken met enkele beproefde instrumenten die een antwoord kunnen geven op de problemen, vragen en verzuchtingen die in dit foldertje staan. **Belt u maar...** voor een eerste kennismaking.



Wenst u contact:

Responsible Communicatie
Eemster 1
7991 PP Dwingeloo
Telefoon: (0521) 522 235
Fax: (0521) 522 231
E-mail: info@responsible.nl
Website: www.responsible.nl

Op onze website kunt u meer informatie vinden over onze visie en manier van werken. Ook hebben wij een folder en een klantenlijst beschikbaar.

Gelicenseerd in



**HONDERD PROBLEEMSTELLINGEN,
VRAGEN, BEWERINGEN EN
VERZUCHTINGEN...**



**...WAARMEE
RESPONSABLE COMMUNICATIE
U VERDER KAN HELPEN!**