Gids voor bedrijven

« Helder communiceren binnen je organisatie »



WBF FDS

Werkbaarheidsfonds Dienstencheques
Fonds de Soutenabilité Titres-Services

Inhoudstafel

I. Inleiding 3
II. Hoe communiceren binnen je organisatie? 3
Stap 1: Bepaal je doel 3
Stap 2: Ken je doelgroep 3
Stap 3: Bepaal je boodschap 3
Stap 4: Kies je communicatiekanalen en aanpak 3
III. Soorten communicatie 4
a. Formele communicatie 4
b. Informele communicatie 4
c. Interne communicatie 4
d. Externe communicatie 5

I. Inleiding

Communicatie binnen je organisatie gaat over hoe we informatie, ideeën en afspraken met elkaar delen. Bij veranderingen of nieuwe projecten is het belangrijk dat iedereen weet wat er gebeurt, waarom en wat dit voor hem of haar betekent. Duidelijke communicatie helpt om mensen mee te krijgen en betrokken te houden.

Door vooraf stil te staan bij enkele kernvragen, stem je je communicatie beter af op je doelstellingen, je doelgroep en de specifieke context.

II. Hoe communiceren binnen je organisatie?

Er bestaat geen standaardaanpak, want elke organisatie heeft haar eigen communicatiecultuur. Wel zijn er een aantal handige principes die je kunnen helpen om je boodschap helder en effectiever over te brengen.

Stap 1: Bepaal je doel

Communiceren begint altijd met een duidelijk doel. Denk daarom eerst na over wat je precies wilt bereiken met je communicatie. Wil je medewerkers informeren, een verandering aankondigen, betrokkenheid creëren? Hoe concreter je doel, hoe gerichter en effectiever je communicatie zal zijn.

Stap 2: Ken je doelgroep

Wanneer je doel duidelijk is, bepaal je wie je wilt bereiken. Niet iedereen heeft dezelfde informatie nodig of reageert op dezelfde manier. Daarom is het belangrijk om je communicatie zo goed mogelijk af te stemmen op de mensen voor wie ze bedoeld is.

Er zijn verschillende manieren om met medewerkers in overleg te gaan. Welke aanpak het meest geschikt is, hangt af van:

- het aantal medewerkers ;
- de mate van inspraak die je wil geven;
- het type informatie dat je wil delen (afspraken, mededelingen, ideeën, feedback,…);
- je organisatiecultuur (formeel/informeel) ;
- het doel van het overleg (informeren, motiveren, afspraken maken,…).

Stap 3: Bepaal je boodschap

Nu je weet wat je wilt bereiken en wie je wilt aanspreken, kun je je boodschap formuleren. Dit is de kern van je communicatie: **wat moeten mensen onthouden?**

Een goede boodschap is duidelijk, eenvoudig en helder. Vermijd lange of complexe uitleg. Mensen onthouden vooral een boodschap die helder, herkenbaar en relevant is voor hen.

Stap 4: Kies je communicatiekanalen en aanpak

Nu kun je bepalen hoe je je boodschap gaat overbrengen. De keuze van het juiste kanaal is belangrijk. Eenzelfde boodschap kan immers heel anders overkomen, afhankelijk van de manier waarop en het kanaal waarmee je communiceert.

Kies daarom een aanpak die aansluit bij je doelgroep en je doelstelling. **Vaak is een combinatie van verschillende kanalen het meest effectief.**

III. Soorten communicatie

Binnen een organisatie communiceren we op verschillende manieren. Soms spreken we iets bewust af en plannen we de communicatie, soms gebeurt een gesprek gewoon tussendoor. Beide vormen zijn belangrijk.

a. Formele communicatie

Formele communicatie is communicatie die je bewust organiseert en voorbereidt. Denk bijvoorbeeld aan een nieuwsbrief, een campagne, een personeelsvergadering of een gepland overlegmoment. Je bepaalt vooraf wat je wil vertellen, aan wie en op welke manier.

b. Informele communicatie

Informele communicatie ontstaat vaak vanzelf, in de dagelijkse contacten tussen mensen. Een kort gesprek aan de koffiemachine, een sms'je, een bericht in een groepschat of een activiteit met het team zijn hier voorbeelden van. Ook deze momenten zijn belangrijk: ze zorgen ervoor dat mensen elkaar vinden, informatie delen en betrokken blijven.

c. Interne communicatie

Interne communicatie richt zich op de mensen binnen je organisatie. Het doel kan verschillen: informeren, afspraken maken, resultaten bespreken, opvolgen, motiveren of mensen met elkaar verbinden.

Afhankelijk van het doel zijn er verschillende manieren om dit aan te pakken.

Doel	Kanalen / aanpak
Informeren en communiceren	▪ Nieuwsbrief, flyer, prikbord, intranet ▪ (Maandelijkse) personeelsvergadering
Concrete werkafspraken	▪ Korte briefings voor de start van het werk ▪ Overlegmomenten op vaste tijdstippen
Resultaten bespreken en opvolgen	▪ Teamoverleg ▪ Individuele gesprekken ▪ Functioneringsgesprekken
Motiveren en verbinden	▪ Informele bijeenkomsten ▪ Activiteiten zoals een teambuilding, een teamuitstap of een personeelsfeest

Houd ook rekening met mensen die minder goed digitaal bereikbaar zijn. Voorzie daarom alternatieve communicatiekanalen, zoals:

- een aanspreekpunt (bv. een kantoorverantwoordelijke)
- een brochure of folder
- een brief
- een affiche
- enz.

d. Externe communicatie

Externe communicatie richt zich op mensen buiten de organisatie, zoals klanten. Ook hier is het belangrijk om duidelijk en op een toegankelijke manier te communiceren.

Denk bijvoorbeeld aan communicatie naar klanten via campagnes (zoals www.iktoonrespect.be), brieven, e-mails of andere kanalen.

Een eerste bezoek aan een klant (zie fiche: *eerste huisbezoek*) is bijvoorbeeld geen communicatiekanaal op zich, maar wel een belangrijk moment om met de klant in gesprek te gaan. Het is een kans om te luisteren, informatie uit te wisselen en samen te bekijken wat nodig is.

Vragen, opmerkingen of suggesties? Aarzel niet om jouw accountmanager van Vorm DC te contacteren.