

HANDREIKING COMMUNICATIE BIJ ORGANISATORISCHE WIJZIGINGEN

Door de coronacrisis zijn veel organisaties gedwongen te reorganiseren of zichzelf opnieuw uit te vinden. Wij helpen organisaties bij het anticiperen op de veranderde wereld door

- Advies en ondersteuning bij herstructurering en reorganisaties;
- Hulp bij het ontwikkelen en uitdragen van een nieuwe koers;
- Trainen en coachen van leiders en professionals die deze veranderingen vorm geven.

BELANGRIJKE VRAGEN BIJ REORGANISATIE

- Hoe richten we het communicatieproces in, waarmee we intern en extern onrust voorkomen?
- Wat is het hele verhaal, de context?
- Wat is de toekomstvisie van de organisatie? Houden klanten vertrouwen in ons?

STAPPEN IN DE VOORBEREIDING

- Scangesprek en strategisch advies.
- Samenstellen verhaal, basisdocument met Q&A.
- In kaart brengen in- en externe stakeholders, emoties en weerstanden.
- Inventariseren lijncommunicatie en parallelle communicatiemiddelen.
- Opstellen communicatiestrategie, tijdplanning, draaiboek.
- Voorbereiden van directie/bestuurders en lijnmanagement op brengen van de boodschap, met aandacht voor verschillende vormen van emotie: bedroefdheid, boosheid, angst.
- Voorbereiden van directie/bestuurders/woordvoerders op de media of externe stakeholders.
- Voorbereiden van interne berichtgeving op intranet, infographics, presentaties.
- Voorbereiden van externe berichtgeving: brieven, mails, persberichten, checklists, website, social media, etc.

STAPPEN IN DE BEKENDMAKING

- Lijncommunicatie en voorbereiden management.
- Monitoring sentimenten (intern, extern) en bijsturen door adviezen.
- Verzending van persberichten en woordvoerderschap.
- Bijwerken van verhaal, Questions & Answers (op basis van nieuwe vragen of ontwikkelingen).
- Uitrollen interne en externe berichtgeving.

STAPPEN NA DE BEKENDMAKING

- Monitoring sentimenten (intern, extern) en bijsturen door adviezen.
- Nazorg bijeenkomsten om sentiment op te halen, toolkits voor werkoverleg zodat managers toelichting kunnen geven en gesprekken kunnen voeren.
- Townhall meetings of roadshows over visie op de toekomst, zorgen dat er positieve energie is voor werken aan de toekomst.
- Communicatieplan voor de periode erna.
- Woordvoerderschap, achtergrondverhalen media.

BELANGRIJKE VRAGEN BIJ REORGANISATIE

- Hoe richten we het communicatieproces in, waarmee we intern en extern onrust voorkomen?
- Wat is het hele verhaal, de context?
- Wat is de toekomstvisie van de organisatie? Houden klanten vertrouwen in ons?
- Wat gaat de reorganisatie inhouden? Voor wie heeft dit effecten? Wat is de impact?
- Interne analyse: wie wordt waar getroffen en wat is het effect?
- Wat doen we voor vertrekkende medewerkers? (sociaal plan, begeleiding naar ander werk)
- Hoe is het proces rondom OR en vakbonden ingeregeld?
- Wat is de rol van leidinggevenden in de reorganisatie? Hoe nemen we hen mee in het proces?
- Hoe zorgen we ervoor dat iedereen hetzelfde verhaal vertelt rondom de fusie of reorganisatie?
- Hoe is de *communicatiestructuur* van de organisatie: middelen en kanalen, lijncommunicatie?
- Hoe meten we sentiment in de organisatie en hoe spelen we hierop in bij de uitrol van de reorganisatie?
- Is de organisatie beursgenoteerd en/of welke andere spelregels gelden er?
- Wat zijn externe stakeholders en wat zijn hun belangen?
- Hoe is monitoring ingeregeld van de omgeving en (social) media?
- Hoe verloopt het project voor het proces van reorganisatie?

VERSCHILLENDE ROLLEN VAN COMMUNICATIE

De senior partners en adviseurs van Bex* hebben meer dan een eeuw werkervaring en zijn betrokken geweest bij tientallen veranderprocessen. We werken vanuit de volgende principes: betrokken bij jou als opdrachtgever, scherp op aanpak en uitvoering, discreet in samenwerking en effectief in de uitrol. Er zijn verschillende rollen mogelijk.



TOEGEVOEGDE WAARDE BEX*COMMUNICATIE

We combineren strategische kennis en ervaring met (crisis)communicatie, met HR-processen, veranderprocessen, CAO-processen, juridische processen, toezichthouders en hun rol.

We werken vaak en veelvuldig samen met andere specialisten (HR, Juridische zaken, advocaten).

We weten dat een reorganisatie zorgvuldige planning vergt. Draaiboeken moeten uitermate zorgvuldig rekening houden met timing, doelgroepen en boodschappen.

Als we van begin af aan betrokken zijn, leveren we de meeste toegevoegde waarde.

We bewaken de reputatie van de organisatie. We brengen stakeholders in kaart en kennen het medialandschap.

We maken complexe boodschappen toegankelijk door duidelijk taalgebruik en visuele middelen en te trainen op het brengen van de boodschap.