

dijkhuis

advies en begeleiding voor effectieve communicatie op de werkvloer

communicatie



Dijkhuis Communicatie

Noordendijk 2 | 3311 RP Dordrecht

T	+31 (0)78 6140088
M	06-49884461
F	+31 (0)78 6489467
Email	info@dijkhuiscommunicatie.nl
Internet	www.dijkhuiscommunicatie.nl

Wie is Dijkhuis Communicatie?

Focus op interne communicatie

Dijkhuis Communicatie is specialist in interne communicatie en helpt u de doelstellingen van uw organisatie te ondersteunen. Dit gebeurt door de communicatie in de organisatie tegen het licht te houden en daar waar nodig te versterken. Goed georganiseerde interne communicatie zorgt voor medewerkers die zich met de organisatie kunnen identificeren. Ook draagt het bij aan een betere samenwerking tussen de verschillende onderdelen van een organisatie.

Hoe ontstaan?

Dijkhuis Communicatie is in 2006 opgericht door Marli Falize. De naam "Dijkhuis" is ontleend aan het huis waar het bedrijf is gevestigd: een dijkhuis, vlakbij een oud sluisje aan de Noordendijk waar de Vest en de Riedijkshaven met elkaar in verbinding staan. In organisaties met een goede reputatie staat de externe en interne communicatie met elkaar in verbinding. Net als dat binnenriviertje met de haven. Dijkhuis Communicatie werkt aan de professionalisering van de interne communicatie. En daarmee aan het waarmaken van beloftes die organisaties doen aan hun klanten, het publiek en/of stakeholders.

Working apart together

Dijkhuis Communicatie is een solobedrijf. Voor grote opdrachten kan Dijkhuis Communicatie terugvallen op een netwerk van onderzoekers, communicatieprofs, organisatiedeskundigen, tekstschrijvers, vormgevers en trainers.

Visie op communicatie in organisaties

Gebrekkige communicatie kost geld

Communicatie is van vitaal belang voor een organisatie. En toch.....als je je oor te luister legt bij medewerkers, leden van de ondernemingsraad, consultants, communicatiemanagers en andere organisatieleden ontstaat het beeld dat er nog veel te winnen is.

Denk maar eens aan organisaties waar medewerkers het topmanagement niet vertrouwen. Of waar medewerkers en managers problemen vooral vanuit hun eigen standpunt benaderen. Effectieve en competente communicatie in organisaties is voor veel organisatieleden een blinde vlek. Gebrekkige communicatie trekt een wissel op de financiën van een organisatie. Zo'n 12.000 tot 30.000 Euro per jaar per medewerker.

Interne communicatie: de praktijk is van iedereen

Organisaties die goed communiceren, hebben medewerkers die zelf verantwoordelijkheid dragen voor de uitvoering van het communicatiebeleid. Het management van deze organisaties ziet in dat er een extra slag nodig is om het beleid en advies van interne communicatie - specialisten naar de werkvloer te vertalen. Zij dragen hun steentje bij door het goede voorbeeld te geven en heldere richtlijnen te maken en na te leven.

Van buiten naar binnen en weer terug

Als de concurrentie toeneemt, investeren organisaties doorgaans meer in bijvoorbeeld mediareclame, investors relations, campagnes, public relations, issues management of public affairs. Een duidelijke en consistente profilering naar alle uithoeken van de buitenwereld is noodzakelijk. Want klanten, media en stakeholders willen weten waar een organisatie voor staat.

Deze investeringen halen echter onvoldoende uit als medewerkers hun eigen organisatie anders beleven dan in de externe boodschap wordt verkondigd. Als zij de boodschap niet kunnen of willen waarmaken, ervaren klanten en stakeholders het imago beleid als window dressing. Daarom beschouwt Dijkhuis Communicatie de buiten- en binnenwereld als communicerende vaten die nauw met elkaar in verbinding horen te staan.

Interne communicatie: meer dan informatie-overdracht

Veel organisaties associëren interne communicatie met informatieoverdracht; het kundig overbrengen van een interne boodschap. Via het bedrijfsblad, een nieuwsletter op intranet, email, een bedrijfsvideo of andere middelen. Dat is één kant van het verhaal.

Communicatie is echter meer dan informatieoverdracht. Communicatie is ook het cement dat de stenen van een bouwwerk bij elkaar houdt. Dat helpt om de gemeenschap van een organisatie te laten groeien. Door bijvoorbeeld aandacht te schenken aan gedrag en onuitgesproken meningen van organisatieleden. Maar ook door de dialoog tussen medewerkers of tussen medewerkers en klanten op gang te brengen.

Diensten

Uw communicatievragen

Interne communicatie is een managementinstrument. Het helpt slechte communicatie te vermijden en interne communicatieprocessen functioneel in te vullen.

Hoe communiceren we effectief bij grote veranderingen?

Communiceren bij veranderingen en innovaties is complex. Meestal omdat het grote groepen medewerkers, zo niet alle medewerkers in uw organisatie aangaat. Organisatieveranderingen roepen vaak weerstand op omdat medewerkers onzeker zijn over hun positie en competenties. Tegelijkertijd zijn de ideeën en bijdragen van medewerkers cruciaal; zij kennen als geen ander de dagelijkse praktijk.

Voorbeelden

- wijzigingen in machtsverhoudingen door bijvoorbeeld fusies. Informeren en op de hoogte stellen van plannen en instructies. Hoe maak je van twee culturen één cultuur? Wat zijn wederzijdse belangen bij succes? Hoe schep je duidelijkheid over status en rollen?
- implementatie nieuwe werkprocedures. Hoe informeren en motiveren? Uitleg nieuwe verantwoordelijkheden. Training. Evalueren.
- veranderende structuren en rolpatronen. Hoe informeren en motiveren gedurende het hele proces?
- wijzigingen visie, missie, doelstellingen, positionering en bedrijfswaarden. Hoe te vertalen naar andere kennis, houding en gedrag?
- technologische veranderingen. Hoe inbedden in persoonlijke dagelijkse werkpraktijk? Hoe motiveren? Hoe ondersteunen?
- snelle verzaaiing van markten en onverwachte competitie; nieuwe produkt ontwikkelingen en diensten. Hoe extra inbreng medewerkers vragen?

Hoe halen we meer uit de bestaande communicatieprocessen en -middelen?

Als het communicatieproces niet naar wens verloopt of een communicatiemiddel niet meer aan de doelstellingen beantwoordt, wordt het tijd voor bijstelling. Meestal ligt er al een goed fundament. Van daaruit kan Dijkhuis Communicatie de bestaande processen en communicatiemiddelen optimaliseren.

Voorbeelden

- werkinstructies verstrekken, voorschriften en procedures specificeren Zijn medewerkers voldoende op de hoogte van taken? Worden regels en richtlijnen nageleefd? Evalueren van de manier waarop organisatieleden hun taak uitvoeren?
- verbeteren feedback over functioneren van organisatieleden. zijn medewerkers op de hoogte van gehanteerde beoordelingscriteria. Kennen medewerkers bevoegdheden en verantwoordelijkheden? Hoe wordt informele waardering ervaren? Hoe de formele waardering?
- versterken bedrijfsblad. Werknemers nemen het bedrijfsblad niet serieus. Ze beschouwen het als "het blaadje van de directie". Toch is er behoefte aan kwalitatief hoogstaande achtergrondinformatie. Herzien blad- en redactieformule of omzien naar andere middelen?
- optimaliseren intranet. Een jaar na de introductie van intranet, worden de volgende klachten geïnventariseerd: de zoekfunctie werkt slecht en "ik weet niet goed hoe ik de juiste formulieren kan downloaden en mijn eigen informatie erop moet zetten".

Biedt communicatie ook een oplossing voor andere organisatievragen?

Dijkhuis Communicatie kan u ook verder helpen als uw vraag op het eerste oog niet direct met communicatie heeft te maken, maar meer met bijvoorbeeld marketing, organisatiestructuur- en cultuur, kwaliteit of veiligheid. Ook dan kan een communicatieprogramma met middelen en trainingen een deel van de oplossing zijn.

Voorbeelden

- werven en binden van gekwalificeerd personeel. Het verloop is groot en steeds meer taken komen op de bestaande crew terecht. Het regent klachten over de dienstverlening. Medewerkers ervaren binnen en buiten de organisatie weinig waardering.
- communiceren van arbeidsvoorwaarden. HRM treft voorbereidingen voor nieuwe arbeidsvoorwaarden. Dit ligt uiterst gevoelig in de organisatie. Hoe bereid je medewerkers voor zodat ze tijdig kunnen anticiperen? Hoe voorkom je dat iemand naar de vakbond en pers stapt?
- communiceren in een digitale omgeving. Een internationale organisatie maakt werk van kennisdeling. Afdelingen HRM en Knowledge management introduceren E-learning, maar vragen zich af hoe je in een digitale omgeving een groepsgevoel stimuleert zodat medewerkers ook op afstand gaan samenwerken?

Welke diensten biedt Dijkhuis Communicatie aan?

Onderzoek

Effectieve en competente communicatie vraagt om een goede verkenning van de vraagstelling. Gebrek aan analyse werkt goedbedoelde maar weinig gerichte communicatie in de hand.

Voorbeelden

- communicatie audit
- identiteitsanalyse
- medewerkers tevredenheids onderzoek
- stakeholderonderzoek
- imago onderzoek
- lezers-en gebruikersonderzoek
- organisatie communicatie-afdeling

Advies

Dijkhuis Communicatie geeft advies op strategisch, tactisch en uitvoerend niveau.

Voorbeelden

Communicatieprogramma's met strategisch advies

- Communicatiebeleidsplan
In dit plan werkt Dijkhuis Communicatie aan de oplossing van uw vraagstuk aan de hand van de volgende deelvragen:
 - o wat is de visie op de oplossing,
 - o wat is de communicatiedoelstelling
 - o wie binnen de organisatie moet bereikt worden
 - o met welke boodschap.

Het gaat hier om meer complexe vraagstukken en lange termijndoelstellingen. Dijkhuis Communicatie ontwikkelt hiervoor een programma met diverse op elkaar afgestemde middelen en trainingen.

- Campagneplannen
Het campagneplan is vergelijkbaar met het communicatiebeleidsplan. Anders is dat het hier gaat om een éénmalige doelstelling. Het campagneplan bestaat uit een in de tijd gespreide reeks van communicatie activiteiten.

Ontwerp advies communicatiemiddel

- Medium productplan
Hierin krijgt u advies over de vertaling van de inhoud naar een middel. Het middel heeft een eenmalig karakter. Denk aan bijvoorbeeld een brochure, een webpagina, of een videoprogramma.
- Mediumplan

In het mediumplan leest u het advies over een serie uitgaven. Dijkhuis Communicatie verstaat de kunst een goed format te vinden waarbinnen boodschappen herhaald worden en waar met verschillende inhoud en gecommuniceerd kan worden. Bijvoorbeeld een bedrijfsblad, een nieuwsbrief of intranet.

Implementatieadvies

- Communicatie actieplan
Dit plan geeft u inzicht in de vraag hoe u het communicatiebeleidsplan en het campagneplan het beste kunt uitvoeren en introduceren. Welke mensen kunnen er bij betrokken worden, wanneer en hoe? Wat is het benodigde budget? En moet er nog andere support worden ingezet?

Realisatie

Dijkhuis Communicatie ondersteunt u bij het omzetten van de aangereikte oplossingen in gerealiseerde middelen en communicatie- werkvormen.

Voorbeelden

- aandragen van uitvoerende partijen: tekstschrijvers, vormgevers, trainingsbureaus
- briefing
- project coördinatie

Overige

- benchmark
- informatie zoekdienst
- trainingen
 - luisteren,
 - vergaderen en andere samenwerkvormen,
 - feedback geven
 - draagvlak versterking.

Hoe werkt Dijkhuis Communicatie?

Adviseren begint met luisteren

Vraagstukken oplossen begint met goed luisteren. Op de allereerste plaats naar u als opdrachtgever. Waar wilt u naar toe en wat is de huidige situatie? Wat ziet u als de oorzaken van het probleem? Gaat het hier wel om een communicatieprobleem? Welke partijen zijn erbij betrokken en wat zijn de randvoorwaarden? Dijkhuis Communicatie besteedt veel aandacht aan het verkennen van een probleem omdat in een nauwkeurige formulering van het probleem de oplossing vaak verscholen zit. Wordt de probleemverkenning overgeslagen, dan is het de vraag of de investering in communicatieprogramma's rendeert.

Er bestaat niet één werkwijze

De communicatieproblematiek bepaalt de werkwijze. Bij complexe vraagstukken zoals die spelen bij vernieuwingen zijn veel interne partijen betrokken. Afdelingen, businessunits, managers en medewerkers. Er zijn meer eisen waaraan communicatie moet voldoen. Er liggen doorgaans meer gevoeligheden en de kans dat er veel uiteenlopende visies zijn op dezelfde problematiek is groot. In zo'n situatie is het van het grootste belang dat er voldoende draagvlak is voor het advies en het communicatie programma.

Dat vraagt om een aanpak waar niet alleen met u maar ook met andere belangrijke interne stakeholders in iedere fase nauw wordt samengewerkt. Omdat het hier om een co-productie gaat van interne partijen, werkt Dijkhuis Communicatie met een aantal oplossingsrichtingen. Er zal een voortdurende afwisseling zijn tussen 'verkennen en zoeken' enerzijds en 'informatie samenvatten en besluiten' anderzijds.

Voor wie

Dijkhuis Communicatie werkt voor:

- grote én kleine organisaties
- in de profit én non-profit sector
- organisaties in zijn geheel én voor onderdelen daarvan
- communicatie-afdelingen én andere afdelingen zoals marketing, HRM, ICT
- (top)management én wettelijke mededingingsorganen en besturen,

Contact

Dijkhuis Communicatie
Noordendijk 2
3311 RP Dordrecht
T +31 (0)78 6140088
M 06-49884461
F +31 (0)78 6489467
Email info@dijkhuiscommunicatie.nl
Internet www.dijkhuiscommunicatie.nl

Auto

Zowel vanuit de richting Den Haag, Rotterdam als vanuit Breda

Vanaf de A16 neemt u de afslag naar het Centrum van Dordrecht. Volg borden Centrum en rij de Laan van de Verenigde Naties uit. Ga onder het spoor door en sla daarna af naar rechts richting NS Station/ Centrum. Rijd parallel aan het spoor. Deze weg heet achtereenvolgens: Korte Parallelweg/ Havenstraat/Burg, de Raadtsingel. U passeert het NS Station. Bij het tweede stoplicht volgt u de borden: Papendrecht/Gorinchem en Parkeren Energiehuis. U rijdt vervolgens de Toulonselaan in. Aan het einde van de Toulonselaan, bij de verkeerslichten volgt u weer de borden Papendrecht/Gorinchem en Parkeren Energiehuis. U bent dan op de Oranjelaan. U passeert een aantal verkeerslichten. Bij het kruispunt, waar u aan de rechts een Esso tankstation ziet, gaat u naar links. Dit is de Noordendijk. Ook hier staat weer Parkeren Energiehuis aangegeven. Volg de Noordendijk en passeer aan de rechterhand het Energiehuis en een molen. Daar waar de 30 km - zone begint, ziet u rechts voor u een huizenblok met drie woningen. Daar is Dijkhuis Communicatie gevestigd op nummer 2.

Parkeren

Voor vrij parkeren, kunt u het beste de Noordenstraat inrijden en in de wijk aldaar een plek zoeken. De Noordenstraat is een rechterzijstraat van de Noordendijk. Op de hoek van café De Vrijheid en vlak voor het blok waar Dijkhuis Communicatie ligt. Iets voorbij Dijkhuis Communicatie aan de Torenstraat ligt aan uw rechterhand een kleine parkeerplaats voor betaald parkeren.

Openbaar vervoer

Bus

Vanaf het NS Station vertrekt ieder kwartier Citybus 20. Stap uit op de Noordendijk bij het Brugwachtershuis. Aan de overkant ligt een huizenblok met drie woningen waar Dijkhuis Communicatie is gevestigd.

Te voet

Vanaf het NS Station is het ongeveer 15-20 minuten lopen naar Dijkhuis Communicatie. Bij het station steekt u over en loopt u de Stationsweg/Johan de Wittstraat uit. Op een gegeven moment ziet u rechts het Postkantoor. Meteen daarna gaat u naar rechts. U loopt dan de Cornelis de Wittstraat in. Deze straat gaat over in het Kromhout. Deze straat helemaal uitlopen totdat u op de Noordendijk uitkomt. Schuin links ligt een huizenblok met drie woningen. Steek hier de straat over. Op nummer 2 vindt u Dijkhuis Communicatie.

dijkhuis

advies en begeleiding voor effectieve communicatie op de werkvloer

communicatie



Dijkhuis Communicatie

Noordendijk 2 | 3311 RP Dordrecht

T +31 (0)78 6140088

M 06-49884461

F +31 (0)78 6489467

Email info@dijkhuiscommunicatie.nl

Internet www.dijkhuiscommunicatie.nl