



TOOLKIT

IN 6 STAPPEN NAAR EEN MEETBARE COMMUNICATIE STRATEGIE BIJ VERANDERINGEN.

Voor change managers, communicatie adviseurs en project leiders.

Met deze toolkit geven we je een kijkje in onze keuken. We delen niet alleen onze Miro templates, maar ik leg je ook stap voor stap uit wat er moet gebeuren om tot een effectieve communicatie strategie te komen.

En dat is belangrijk, want **transparante communicatie bevordert niet alleen de betrokkenheid, maar vermindert ook weerstand tegen verandering.**

Ik ben Janna De Cort, Director of Innovation bij Funk-e. Sinds 2018 help ik organisaties om met datagedreven inzichten échte verandering te stimuleren. Het is een uitdagende wereld waarin verandering de enige constante is. Daarom is het zo belangrijk om klein te beginnen, beheersbaar te werken, en data te gebruiken om onze weg te banen naar succes.

Bij Funk-e zijn we niet alleen communicatie consultants, maar ook workshop facilitators. Dit unieke aspect van onze werkwijze stelt ons in staat om echt tot de kern te komen van wat onze klanten nodig hebben. Weerstand, beperkte budgetten, en tijdgebrek zijn uitdagingen die we vaak tegenkomen, onze workshopmethode omzeilt deze knelpunten.

Janna De Cort
Director of Innovation
at Funk-e



1,2,3, start!

- **Heb je de juiste mindset te pakken?** Werk zelfstandig en laat je niet beïnvloeden door wat anderen vinden. Kijk open naar alle ideeën, inclusief die van jezelf. Creativiteit is top, maar geen must; wat jij inbrengt is het belangrijkste.
- **Het is niet altijd nodig om het wiel opnieuw uit te vinden.** Ons stappenplan en onze templates zijn een prima startpunt.
- **Met de juiste mensen aan tafel!** Zorg dat je iemand hebt die beslissingen kan en mag nemen (dus hoog in de boom), iemand die de organisatie en cultuur door en door kent, en de projectmanager die verantwoordelijk is voor dit verandertraject.

- **Alle spullen bij de hand?** Dit zit standaard in onze koffer:
 - Vierkante post-its
 - Rechthoekige post-its
 - 1 grote zwarte stift per deelnemer
 - 2 verschillende kleuren stemstickers
 - Eén leeg schetsboek per persoon
 - Een blok gewoon printerpapier
 - Zelfklevende whiteboard rol
 - Whiteboard markers
 - Een Timer klok

Of ga digitaal met een tool als Miro. Net zo makkelijk, en dan kun je bovenstaande lijst vergeten. Voor het gemak, gebruiken we onze Miro templates in dit stappenplan.

Je bent er klaar voor. Succes!

DE 6 STAPPEN IN HOOFDLIJNEN

Voor ik begin, neem ik altijd eerst een duik in wat er speelt door alles eens goed onder de loep te nemen, vaak met een maturity scan of een enquête. Zo krijg ik een helder beeld van hoe ver jouw bedrijf is met communicatievolwassenheid. Benieuwd hoe ik dat doe? Download het maturity model [hier](#).

1

VISUALISEREN

Visualiseer dat interne communicatie vlekkeloos verloopt bij jouw project en welke impact dit heeft op de organisatie. Dit helpt bij het vormen van een helder beeld van wat er bereikt kan worden. Een droomscenario dus.



2

OBSTAKELS

Identificeer wat helpt en hindert. Concentreer je eerst op het aanpakken van de drie grootste obstakels. Je beantwoordt dus de vraag: Waarom kunnen we die droom niet bereiken?



3

KANSEN

Zet je grootste uitdagingen om naar kansen. Brainstorm over mogelijke oplossingen. Dit stimuleert creatief denken en het vinden van de beste oplossingen.



4

IMPACT

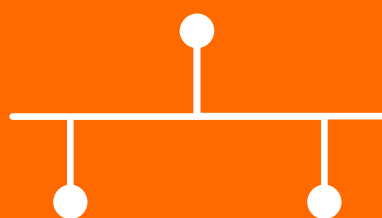
Gebruik een impact matrix om te bepalen welke oplossingen de meeste impact hebben met de minste inspanningen. Dit helpt om prioriteiten te stellen.



5

TIJDLIJN

Zet alle oplossingen op een tijdlijn. een duidelijke tijdlijn zorgt ervoor dat je binnen de gestelde deadlines blijft en helpt bij het bijhouden van de voortgang.



6

RESULTATEN

een slimme manier om twee grote vragen aan te pakken: "Wat willen we bereiken?" en "Hoe meten we ons succes?" Met OKR's blijf je wendbaar en kan je snel schakelen



STAP VOOR STAP NAAR EEN STRATEGIE DIE WERKT.



Stap 1: Droomsценario

Laten we beginnen bij het begin: het is belangrijk om te weten waar we naartoe willen zodat je de beste route kan uitstippelen. Wat we vaak zien is dat klanten wel een idee hebben van hun einddoel, maar dit nog niet helder hebben uitgeschreven in een paar kernzinnen, vooral niet vanuit een communicatie oogpunt.

En daar starten we: wat is jouw droomsценario? Om dit helder te krijgen, gebruiken we een heel eenvoudige techniek: een stille brainstorm. Het is ook belangrijk om dit met de juiste mensen te doen. We zorgen dat iedereen dezelfde richting op kijkt, de route kunnen we altijd aanpassen, de bestemming blijft hetzelfde.

Klik [hier](#) voor een voorbeeld uit de praktijk in Miro.

uitkomst: Een duidelijk doel waar iedereen achter staat.

Deel 1: Stille brainstorm

Bedenk in stilte en individueel zoveel mogelijk antwoorden op onderstaande vragen. Er zijn geen foute antwoorden, blijf vooral schrijven!

De vragen:

1. Wie wil je bereiken?
2. Wat is het droomsценario?
3. Welke problemen los je op met communicatie?
4. Waarom is goede communicatie onmisbaar?

Gebruik post-its en zet de timer op 10 minuten.

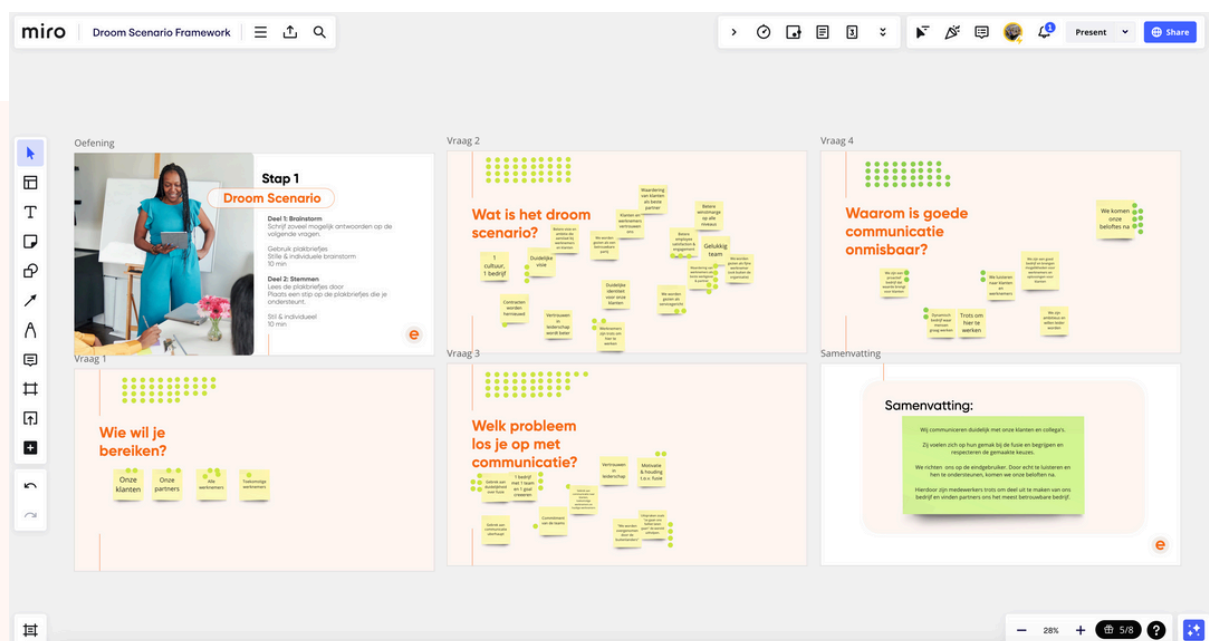
Deel 2: Stemmen

Neem in stilte alle post-its door. Plaats een stembolletje op de post-its die je ondersteunt. Je mag zoveel stemmen uitbrengen als je wilt.

In stilte & individueel en zet de timer op 10 minuten.

Deel 3: Samenvatting

Leg nu alle post-its waarop het meeste is gestemd bij elkaar en probeer de kern in een paar zinnen samen te vatten. Dat is je droomsценario!



Zelf aan de slag:
[Ga naar dit Miro Template](#)



Stap 2: Zeilboot oefening

Identificeer wat helpt en hindert: Stel je voor dat communicatie bij dit verandertraject als een zeilboot is. We bekijken samen welke wind ons vooruit brengt en het anker dat ons tegenhoudt. Focus op belangrijke obstakels: Als kapitein van deze zeilboot, concentreer ik me eerst op het aanpakken van de drie grootste ankers in onze weg naar effectieve communicatie.

Klik [hier](#) voor een voorbeeld uit de praktijk in Miro.

uitkomst: Een gecategoriseerde en geprioriteerde lijst van uitdagingen en problemen.

Deel 1: Wat is de wind in onze zeilen?

De zeilboot is een metafoor dat ons als team helpt te ontdekken wat ons vooruit helpt (de wind in de zeilen) en wat ons tegenhoudt (het anker) in het bereiken van het droomscenario (stap 1).

Vraag iedereen om alle positieve dingen op te schrijven waarvan zij vinden dat het het team vooruihelpt als we de droom willen waarmaken. Je kan ervoor kiezen om deze te presenteren aan elkaar.

Gebruik eenvoudige zinnen, 1 per post-it en zet de timer op 10 minuten.

Deel 2: Wat houdt ons tegen?

Nu gaan we over naar het wat lastigere deel van de oefening, en ook de regels voor het presenteren veranderen hier. Sterker nog, er wordt helemaal niet gepresenteerd! Deze ronde is volledig anoniem, wat iedereen de kans geeft om eerlijker te zijn.

1. Vraag het team om zoveel mogelijk obstakels op te schrijven in 8 minuten. Zeg duidelijk tegen de deelnemers dat hun post-its deze keer anoniem zijn, dus ze mogen schrijven wat ze willen.
2. Zodra de 8 minuten voorbij zijn, vraag je iedereen om hun plakbriefjes aan het onderste deel van de Zeilboot te plakken. Dit moeten ze snel en willekeurig doen, zonder discussie.

Schrijf snel en individueel, 1 per post-it en zet de timer op 8 minuten.

Deel 3: Categoriseren

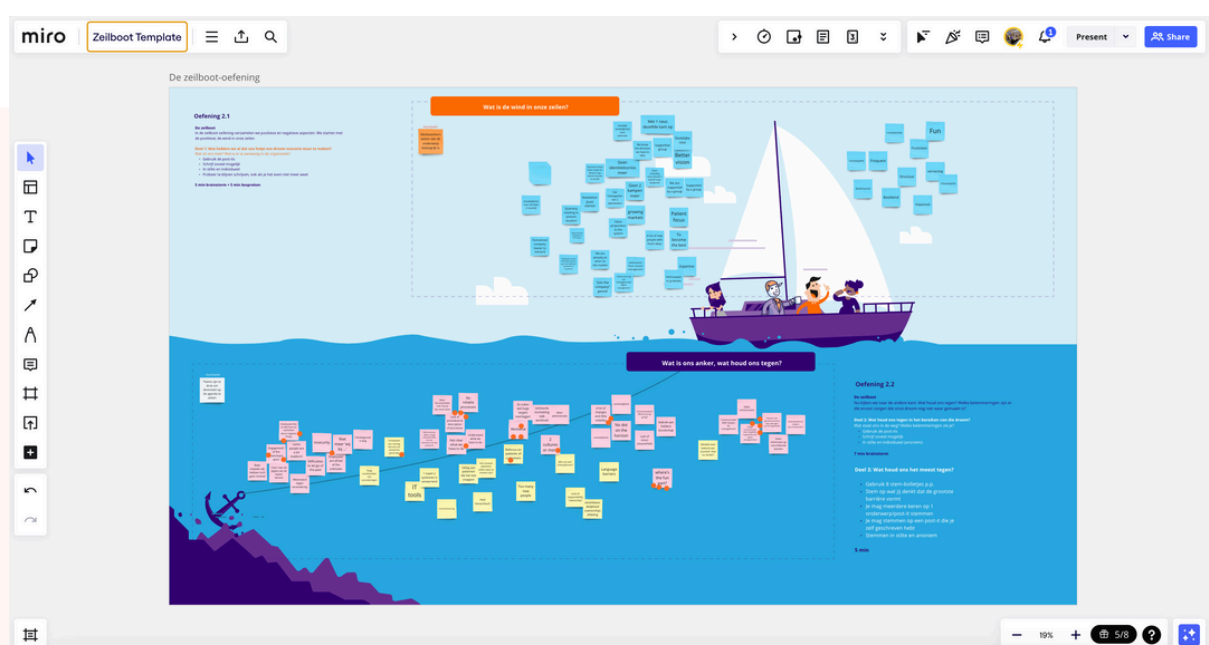
Nu moet je als facilitator heel snel en goed kunnen analyseren. Zie je overeenkomsten? Kan je categorieën maken? Cluster de post-its in categorieën die herkenbaar voor het team. We verzamelen alle uitdagingen om iedereen een duidelijk, overzichtelijk en visueel beeld te geven van wat er allemaal speelt.

Deel 4: Stemmen!

Wat houd ons het meest tegen?

- Laat iedereen stemmen op wat zij denken dat de grootste barrière vormt (max. 8 stemmen).
- Iedereen mag meerdere keren op 1 onderwerp/post-it stemmen, ook als je die zelf hebt geschreven.

Doe dit anoniem en zet de timer op 5 minuten.



Zelf aan de slag:
[Ga naar dit Miro Template](#)





Zonder een goed plan lopen meetings vaak op dezelfde punten vast:

- ✗ Iedereen wilt zijn plasje doen en niemand luistert echt naar elkaar.
- ✗ De luidruchtigste of meest extraverte mensen (of degenen die bovenaan de ladder staan) pakken de meeste spreektijd.
- ✗ De minder extraverte deelnemers proberen ook wat te zeggen, maar worden vaak overstemd.
- ✗ Iedereen lijkt over iets anders te praten en het is lastig om echt een overzicht te krijgen van alle issues.
- ✗ Er worden lukraak oplossingen voorgesteld, nog voordat duidelijk is wat nu precies het hoofdprobleem is. ([Lees ook onze blog](#) "Waarom je altijd moet starten met een probleemanalyse.")
- ✗ De meeting eindigt met de behoefte aan nóg een meeting, in plaats van met concrete actiepunten.
- ✗ Het vertrouwen tussen teamleden brokkelt af, en het idee van samen problemen oplossen raakt op de achtergrond.
- ✗ En ja, dan beginnen we meetings (en soms elkaar) wel echt zat te worden.

Klinkt dit herkenbaar? Ik help je graag om ook jouw vergaderingen productiever te maken. Plan meteen een kwartiertje in mijn agenda om te sparren. Dat doen we graag!

[Plan iets in!](#)



Het talent om van meetings een plek te maken waar echt wordt nagedacht, is goud waard voor elke organisatie.



Strategie en doelen stellen: Ik gebruik het droom scenario om een concrete strategie en haalbare doelen op te stellen. Dat doe ik altijd samen met de juiste mensen aan tafel! Dat wilt zeggen: iemand die beslissingen kan en mag nemen (hoog in de boom dus), iemand die de organisatie & cultuur door en door begrijpt en de project manager die verantwoordelijk is gesteld voor dit verandertaject. Samen met deze groep doen we ook de volgende oefeningen. We gaan dus samen heel snel tot de kern in een workshop setting! Ik wil namelijk voorkomen dat we ellenlange discussies krijgen via de mail, maar dat we samen in korte tijd beslissingen kunnen maken waar iedereen achter staat. De communicatie strategie moet namelijk draagkracht hebben, maar tijd om hier maanden aan te werken is er gewoonweg niet. Dan staat de volgende verandering al voor de deur.



Stap 3: Uitdagingen omdenken naar mogelijkheden

Uitkomst: Concrete actiepunten

Omdat de dagelijkse hectiek, hoge werkdruk en tijdsgebrek nog steeds knelpunten zijn, richten we ons dit kwartaal op drie specifieke werkstromen. We pakken de drie grootste uitdagingen aan die uit de zeilbootoefening naar voren zijn gekomen, de categorieën die de meeste stemmen kregen.

Nu weten we waarop we ons eerst moeten richten, maar dat betekent niet dat we meteen klaar zijn om daarvoor oplossingen te creëren. We moeten deze uitdagingen eerst 'omdenken' naar een vraag. Neem bijvoorbeeld de uitspraak "We hebben geen tijd"; dat is een negatieve zin. Maar "Hoe kunnen we met weinig tijd toch voortgang boeken?" is een positieve vraag die aanzet tot het denken in oplossingen.

Deel 1: Hoe zouden we? Gebaseerd op de problemen met de meeste stemmen formuleren we samen 'Hoe zouden we'-vragen.

Zet de timer op 5 minuten.

Deel 2: Brainstorm

Gebruik post-its en laat iedereen in stilte zoveel mogelijk oplossingen bedenken. Vooral blijven schrijven is de boodschap.

Anoniem Stille brainstorm, zet de timer op 8 minuten.

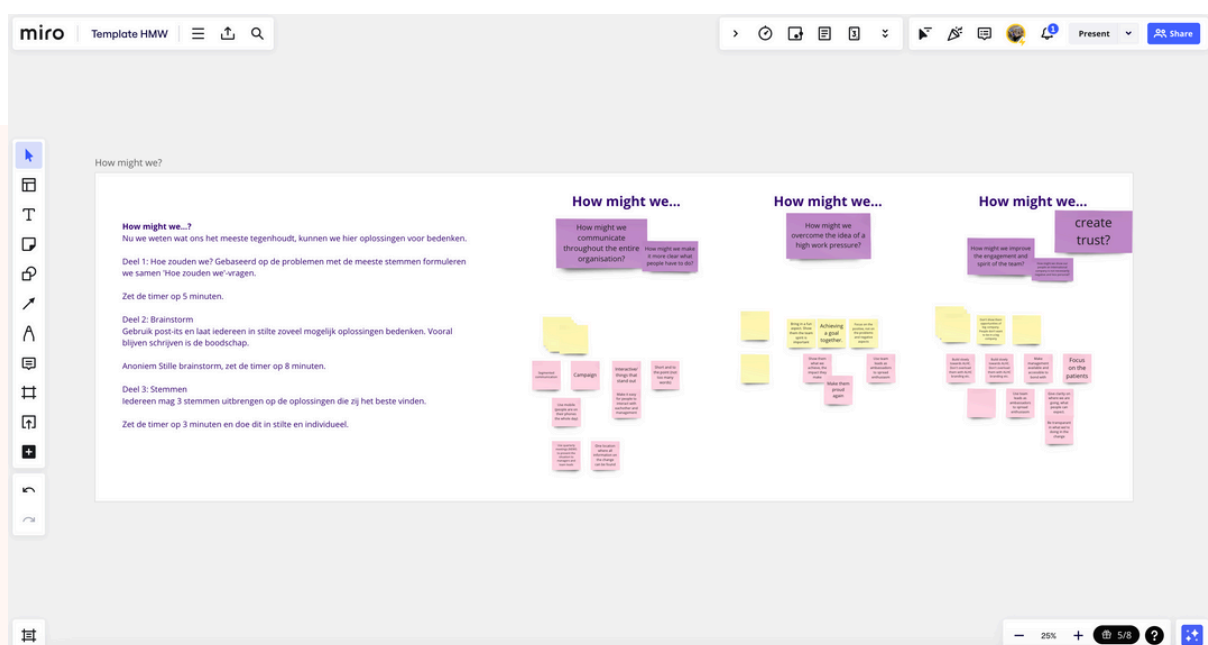
Deel 3: Stemmen

Iedereen mag 3 stemmen uitbrengen op de oplossingen die zij het beste vinden.

Zet de timer op 3 minuten en doe dit in stilte en individueel.

Door deze stappen volgen we een gestructureerd proces dat ons helpt niet alleen problemen te identificeren, maar ze ook om te zetten in actiegerichte vragen en concrete oplossingen. Zo blijven we niet hangen bij de uitdagingen, maar maken we echt stappen vooruit.

Klik [hier](#) voor een voorbeeld uit de praktijk in Miro.



Zelf aan de slag:
[Ga naar dit Miro Template](#)



Stap 4: Prioriteiten stellen

We hebben nu een breed scala aan mogelijkheden verkend en zijn gekomen tot een moment van focus. Het is tijd om af te ronden en ons echt te committeren aan het actieplan. Ons doel? Een lijst samenstellen van activiteiten die essentieel zijn om onze bestemming te bereiken.

Om dit te bepalen gebruiken we een impact versus inspanning matrix. Deze methode is simpel, maar super effectief. Alle ideeën die in het vak 'lage impact en veel werk' vallen, kunnen we direct schrappen. Zo houden we alleen de haalbare opties over die de grootste kans op succes bieden.

Deel 1: Het opstellen van de matrix Kopieer de plakbriefjes waarop het meest gestemd is tijdens de vorige oefening en plaats ze op de impact versus inspanning matrix. Deze stap zou een nachtmerrie kunnen zijn als iedereen tegelijk zou praten, maar we beheersen de discussie door de keuzes te beperken. Zo werkt het:

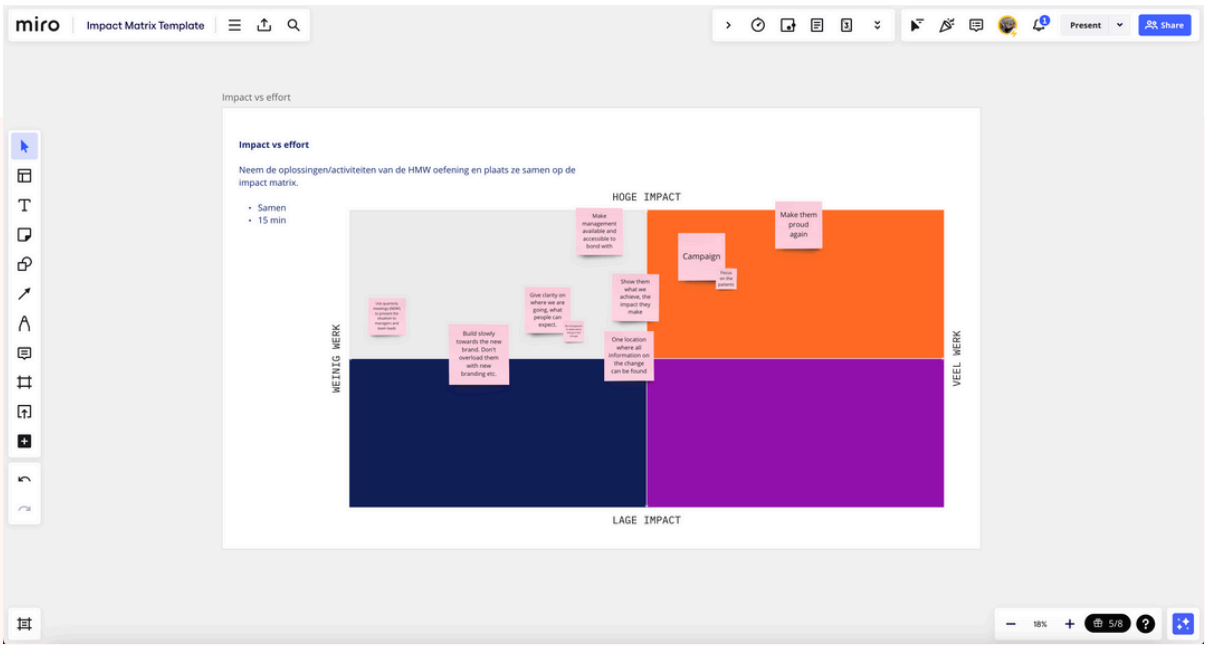
1. Neem de post-it met de meeste stemmen uit de vorige oefening.
2. Houd het voor het midden van de inspanning/impact schaal en vraag: "Voor de uitdaging die we proberen op te lossen, denken we dat deze oplossing een hogere of lagere impact heeft?" Laat de deelnemers alleen "Hoger" of "Lager" dan het middenpunt zeggen.
3. Zodra de deelnemers het eens zijn over de 'Impact positie', doe je hetzelfde met 'Inspanning'. "Voor de uitdaging die we proberen op te lossen, is deze oplossing veel of weinig werk?"
4. Eenmaal een post-it geplaatst is, worden de volgende gemakkelijker toe te voegen.
5. Voeg tot 10 ideeën/oplossingen toe aan de schaal.

Uitkomst: Zodra alle oplossingen op de schaal staan, heb je een uitstekend visueel overzicht van twee cruciale zaken:

1. Hoe impactvol elk idee is volgens het team.
2. Hoe moeilijk elk idee te implementeren zal zijn. Een goede manier om de schaal te begrijpen, is door naar elk van de 4 kwadranten te kijken met specifieke labels die de volgende stap veel gemakkelijker maken. Zo is het bovenste linker kwadrant "Doe nu", wat betekent dat elke taak in dit kwadrant zowel hoge impact als weinig inspanning vereist, dit is meestal net zo eenvoudig als een activiteiten lijst voor het eerste kwartaal. Rechtsboven is "Project", wat betekent dat alles wat we in dit kwadrant willen uitvoeren waarschijnlijk moet worden omgezet in een langduriger project.

Zet de timer op 25 minuten.

Klik [hier](#) voor een voorbeeld uit de praktijk in Miro.



Zelf aan de slag:
[Ga naar dit Miro Template](#)



Stap 5: Tijdslijn samen stellen

Uitkomst: alle activiteiten netjes op een tijdslijn geplaatst.

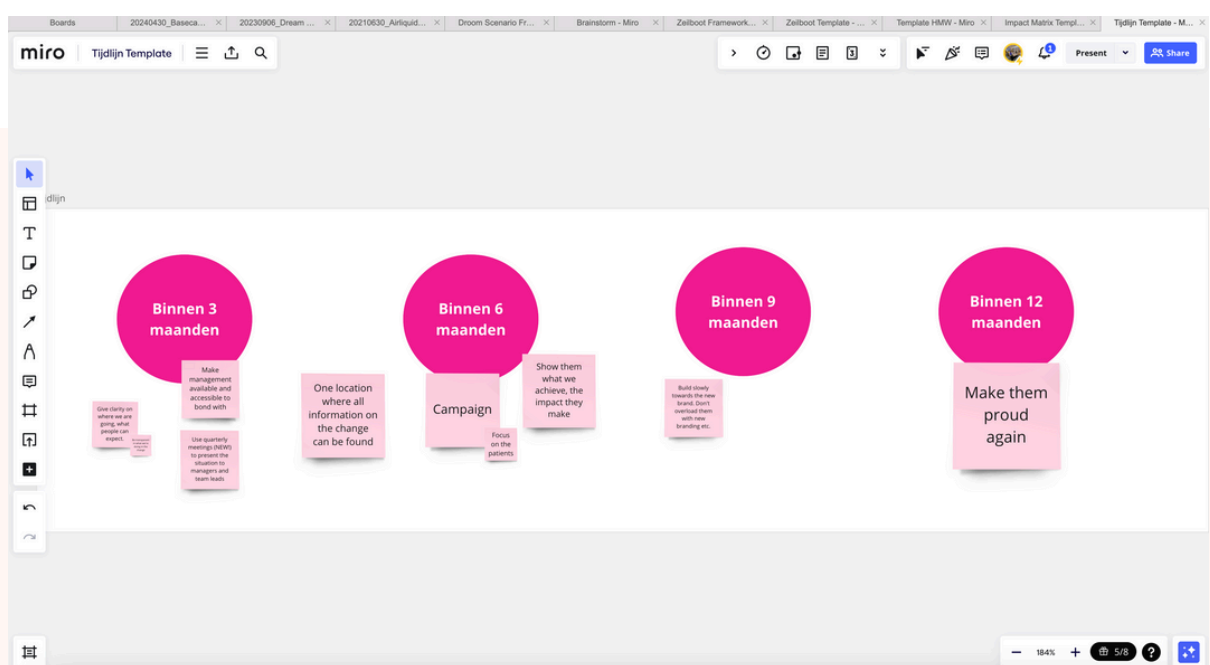
Deze stap is opnieuw heel simpel. We maken 4 vakken: binnen 3 maanden, binnen 6 maanden, binnen 9 maanden en binnen 12 maanden. Kopieer alle plakbriefjes uit de vorige oefening die we in het 'Doe nu' kwadrant hebben geplaatst, en zet deze in het vakje 'eerste 3 maanden'.

Voor de plakbriefjes uit het 'project' kwadrant gaan we samen bepalen wat realistisch is. Dit zijn activiteiten die veel impact hebben, maar complexer zijn in uitvoering. Het kan zijn dat er specifieke deadlines zijn die je moet respecteren, zoals voor een evenement of een productlancering. Houd hier rekening mee bij het plaatsen van de activiteiten.

Dit is een gezamenlijke oefening, maar ik neem altijd de leiding.

Zet de timer op 10 minuten en begin met plakken!

Klik [hier](#) voor een voorbeeld uit de praktijk in Miro.



Zelf aan de slag:
[Ga naar dit Miro Template](#)

Stap 6: OKR's opstellen

Tadaah! De workshop is afgerond. Je kunt je de deelnemers hartelijk bedanken voor hun harde werk. De sessie mag dan wel voorbij zijn, maar mijn werk begint nu pas echt. Ik ga alle verzamelde informatie gebruiken om tot een heldere strategie en actieplan te komen. Hiervoor gebruiken we bij Funk-e een aangepaste versie van de OKR-methode.

OKR - Wat en Waarom?

OKR staat voor 'Objectives and Key Results'. Het is een managementmethodologie die ambitieuze doelen opdeelt in duidelijke, beheersbare en meetbare resultaten. Ontwikkeld door Andy Grove van Intel en verder gepopulariseerd door John Doerr, is deze aanpak bijzonder effectief gebleken, niet alleen bij Intel maar ook bij organisaties als Google en de Bill & Melinda Gates Foundation.

Ik vind OKR's ideaal om orde te scheppen in de chaos. De wereld is altijd in beweging en het is essentieel dat we daarop kunnen inspelen. Met OKR's verbinden we ons elk kwartaal aan specifieke activiteiten, waarna we terugblikken en vooruitkijken. We evalueren wat goed werkte, wat niet, en besluiten of we bepaalde acties moeten voortzetten of aanpassen. Dit biedt ons veel flexibiliteit en bespaart ons een hoop zorgen. Het idee is dat je je voor drie maanden volledig inzet voor kleine, behapbare experimenten die bijdragen aan ons hoofddoel. Je laat dus tijdelijk het grote doel los en focust volledig op de gekozen activiteiten. Beschouw het als een takenlijst die je afwerkt en zorg ervoor dat deze realistisch is, want het dagelijkse werk gaat gewoon door.



Hoe ik OKR's opstel:

1. **Hoofddoel (Droomscenario):** Ik start met het vaststellen van het hoofddoel, wat bovenaan het whiteboard komt te staan.
2. **Subdoelen bepalen:** Gebaseerd op de drie grootste uitdagingen uit de workshop, die ik omzet in subdoelen.
3. **Meetbare Resultaten:** Dit is het lastigste deel. Ik transformeer de subdoelen in meetbare resultaten. Dit vereist omdenken, vooral bij abstracte concepten zoals 'trots van medewerkers'. Hoe meet je dat? Pulse metingen of LinkedIn posts kunnen indicatoren zijn.
4. **Actieplan opstellen:** De oplossingen met de grootste impact en minste inspanning die uit de impact/effort matrix naar voren kwamen, zet ik om in acties voor de komende drie maanden. Deze activiteiten zijn experimenten om te testen of ze effectief bijdragen aan de doelen.

Dit alles komt samen in een helder actieplan voor de komende drie maanden, waarbij we stap voor stap dichterbij onze doelen komen.

Hoewel ons hoofddoel en de subdoelen voor het hele jaar vaststaan, evalueren we de key results en de bijbehorende activiteiten elk kwartaal. Dit stelt ons in staat om flexibel te blijven en in te spelen op de uitdagingen en kansen die zich voordoen. Elk kwartaal houden we een verkorte versie van de strategieworkshop om te beoordelen wat werkt, wat aandacht nodig heeft en of we onze aanpak moeten bijsturen.

Door regelmatig te reflecteren en te reageren, zorgen we ervoor dat onze strategie altijd aansluit bij de realiteit van het moment en blijven we gefocust op de meest effectieve wegen om onze hoofd- en subdoelen te bereiken. Dit cyclische proces helpt ons om proactief te blijven en zorgt ervoor dat we voortdurend vooruitgang boeken in een steeds veranderende omgeving.



Om een voorbeeld te geven: vorig jaar was het doel bij Funk-e om een sterker team te vormen dat steeds proactiever omgaat met innovatie. Dit kon door grootschalige projecten aan te pakken, maar ik koos voor een kleinere, dagelijkse actie: bewust iemand complimenteren of feedback geven. Dit leidde ertoe, bijna moeiteloos, dat anderen meer vertrouwen in mij kregen en zich loyaler opstelden ten opzichte van Funk-e. Dit toont aan dat je soms met minimale inspanningen al grote veranderingen kunt bewerkstelligen.



Gratis* deep-dive t.w.v. €2.000 in jouw project met code 'TOOLKIT'.

[Plan iets in!](#)



+31 104132734

Elk project is anders: doelgroepen, ambities en impact. Daarom doen we een deep-dive om de complexiteit van jouw project te bepalen en welke benadering het beste bij jouw project past!

Interview

Het begint met een intake, online, waar we jouw project, doelen en doelgroepen bespreken.

Analyse

Achter de schermen bepalen de complexiteit van jouw project door jouw ambities en impact concreet te maken.

Advies

We presenteren een duidelijk rapport met samenvatting en aanbevelingen, waarin we anderhalf uur reserveren.

Benieuwd hoeveel werk jij nog voor de boeg hebt?

[Doe de quickscan](#)

*Bij het downloaden van deze toolkit krijg je niet alleen toegang tot handige tips & tricks, maar ook tot een gratis deep-dive sessie waarin we de complexiteit van jouw project onder de loep nemen! Om ervoor te zorgen dat alles op rolletjes loopt, hebben we een paar spelregels:

- **Voor wie?** Deze aanbieding is exclusief voor bedrijven met meer dan 100 werknemers. Helaas, studenten, deze keer niet voor jullie!
- **Prioriteit:** Onze betalende klanten krijgen altijd voorrang, maar we maken graag tijd vrij om jouw project de aandacht te geven die het verdient. We plannen de deep-dive in samenspraak in, zodat het voor iedereen uitkomt.

Zo zorgen we dat iedereen de beste start kan maken met de tools en inzichten die wij bieden. Ben je er klaar voor? Duik erin!



info@funk-e.nl • www.funk-e.nl • +31 634342385