

Anders in je vak staan

Het Glazen Huis, Horizontalisering, Datamining en Emotiemaatschappij. De verdiepingsreeks in C (#7 t/m #10 2013) over de trends die de toekomst van het communicatievakgebied zullen bepalen heeft laten zien dat ons vak in **een razend tempo verandert**. Het is tijd om anders in je vak te gaan staan. Maar hoe doe je dat? C ging te rade bij drie professionals die zich bezighouden met de vernieuwing van ons vak: **Renata Verloop** en **Marije van den Berg** van De Nieuwe Communicatieprofessional (#dnpc) en **Liesbeth Josiassen** van Prima Donna, die Het Nieuwe Communiceren uitvond.

Er is iets merkwaardigs aan de hand in onze beroepsgroep. Aan de ene kant hebben we altijd en eeuwig die Calimero-eierschaal op ons hoofd staan en vragen we ons continu af of we wel bestaansrecht hebben. Aan de andere kant zijn we zo geëmancipeerd dat de gemiddelde communicatieadviseur geen brief meer schrijft en we het klantcontact altijd ver van ons af hebben gehouden. Tenzij je bij het webcareteam van KLM werkt, sta je als redacteur of als medewerker van een klantcontactcentrum onderaan de ladder van een organisatie. Maar wat zijn nu de *trending topics*?

Juist! Al die thema's die gaan over het klantcontact: klantenservice, conversatiemanagement, community management, content management, sociale-mediamanagement en webcare. Daar gebeurt het nu. Daar wordt de nieuwe relatie gelegd tussen buitenwereld en organisatie. In het gunstigste geval is het hoofd van de

communicatieafdeling betrokken bij strategische beslissingen op deze klantcontactafdelingen. In het ongunstigste geval wordt communicatie vooral als hindermacht gezien (zoals Steven van Belleghem in zijn boek *De Conversation Company* doet) en wordt de nieuwe relatie met de buitenwereld gelegd zonder communicatie daarin enige rol van betekenis te geven. Het één heeft met het ander te maken. Sinds online ons vak volledig op de kop heeft gezet, zijn we met onze neus op het feit gedrukt dat we ons *promise management* niet op orde hadden. Renata Verloop van #dnpc: 'We hebben altijd geroepen dat we de buitenwereld naar binnen brachten, maar via online en social werd pijnlijk duidelijk dat we dat niet echt of veel te weinig doen.' Liesbeth Josiassen van Prima Donna ziet hetzelfde dilemma: 'De rol die we vaak toebedeeld krijgen als buitenantenne die oppikt wat er speelt, hebben we nooit waar

kunnen maken.' Dat besef is ongemakkelijk en doet ons maar al te vaak naar die Calimero-eierschaal grijpen.

Knoopje

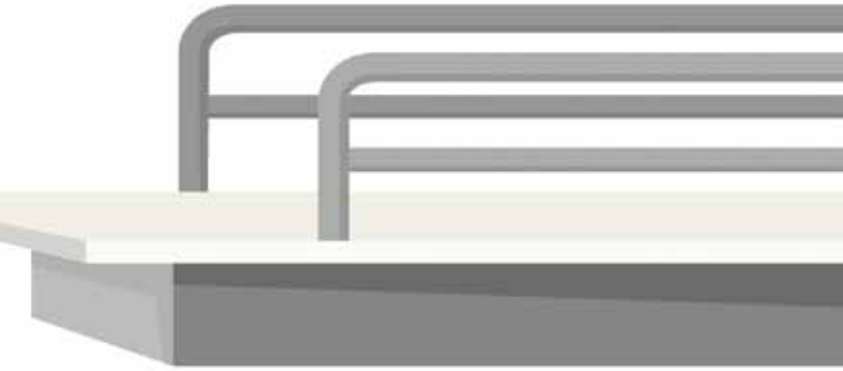
Terecht? Absoluut niet! De verdiepingsreeks over de vier trends heeft laten zien dat we als communicatieprofessionals een belangrijke taak hebben in de transitie waar de samenleving voor staat. Het is onze taak organisaties communicatiever te maken en ze te begeleiden en wegwijs te maken in de netwerksamenleving. Verloop: 'Er liggen volop kansen voor ons vak. Communicatie gaat zich actief bezighouden met omgevingsanalyse, monitoring en vooral het duiden van signalen.'

Nu iedereen communiceert, kunnen we een deel van wat we nu doen loslaten, maar daar komt veel voor terug. Josiassen: 'Anderen nemen een deel van je werk over, maar de tijd die vrijkomt

kun je benutten om regie te pakken en om de communicatiekracht van de organisatie te versterken.' De communicatieprofessional verbindt buiten met binnen en binnen met buiten. Marije van den Berg van #dnpc zegt het met een beeld: 'De communicatieprofessional is een knoopje in een netwerk, die al zijn tentakels uit heeft staan, zowel binnen als buiten de organisatie.'

De visieval

We kunnen onze kennis en expertise daar inzetten waar het nu nodig is. En daar kunnen we vandaag nog mee beginnen. Van den Berg: 'Communicatieprofessionals hebben bijna allemaal mooie visies neergelegd over de communicatieve organisatie en over het werken vanuit de dialoog, maar hun dagelijkse praktijk is ten opzichte van tien jaar geleden niet veel veranderd. Ik noem dat de visieval: omdat we onszelf en iedereen in de organisatie hebben opgelegd dat er eerst een visie, een strategie en een plan moet liggen, doen we niets. Terwijl je het gewoon samen moet gaan doen. Precies als de overgang waar de hele samenleving in zit: van vanuit een doelstelling op zoek gaan naar samenwerking (zendergericht dus), naar samenwerkend een doel stellen.' Er is nog iets waar we onszelf in vastzetten: in functies en organisatiestructuren. Verloop: 'Je bent bijvoorbeeld redacteur, maar een redacteur wordt een community manager, want als het eenmaal online staat begint het pas. Terwijl community managers heel goed moeten kunnen schrijven. Waar begint de ene functie en waar eindigt de andere? Volgens ons blokkeert ▶



#dnpc

Twee jaar geleden startten Renata Verloop en Marije van den Berg *De Nieuwe Communicatieprofessional*, omdat zij zich druk maakten over de achterstand in het vak. Beide zijn zelfstandig online communicatiespecialist in de publieke sector en zij verbaasden zich over de achterlopende kennis over online en social bij veel van hun opdrachtgevers. Ze gingen met elkaar chatten over hoe die achterstand ingelopen kon worden en zetten die chats op hun blog dnpc.nl. Ondertussen zijn ze geïnspireerd geraakt door de eerste stappen naar vernieuwing die ze de afgelopen twee jaar hebben zien zetten. Bovendien is het ze duidelijk dat het niet de kennis van online en social is die in het communicatievak omhoog moet, maar kennis van de hele netwerkdynamiek en hoe je daarin opereert. Daarom staan het luisteren en de communicatieve organisatie komend jaar centraal bij #dnpc.



dat de innovatie in ons vak. We moeten toe naar een flexibele werkwijze, zowel in functies en in teamsamenstellingen als in de planning van het werk.' Dat betekent ook dat we af moeten van de strikte scheiding tussen advies en uitvoering. De communicatieprofessional van nu schakelt moeiteloos van strategie naar uitvoering en weer terug.



Het Nieuwe Communiceren

Liesbeth Josiassen is samen met Petra Visser directeur van *Prima Donna Communicatieregisseurs* in Deventer, dat op 1 april twintig jaar bestaat. Prima Donna heeft *Het Nieuwe Communiceren* (HNC) ontwikkeld. Uitgangspunt van HNC is dat mensen zelf kiezen wanneer ze met wie waarover communiceren, zonder tussenkomst van een communicatieprofessional of andere autoriteit. De communicatieprofessional ontwikkelt zich door tot communicatieregisseur. Zijn taken zijn onder andere: het verhaal van de organisatie helder maken, expertise inzetten op de majeure projecten die cruciaal zijn voor (het verhaal van) de organisatie, kanalen beschikbaar stellen aan anderen om het verhaal te kunnen vertellen en het trainen en coachen op communicatiekracht van collega's.

Begin vandaag nog

Anders gaan werken begint met actie, de sprong in het onbekende. Van den Berg: 'Zet jezelf in positie en ga gewoon aan de slag! Als je bij een gemeente werkt, kun je vandaag nog aan tafel gaan zitten bij de beleidsmedewerker die bezig is met de decentralisaties en hem vragen met wie hij zaken doet. Vervolgens bel je die personen op om met hen een half uurtje over de communicatie te spreken. Tien van die gesprekken en je hebt een communicatiestrategie.'

Je moet als communicatieprofessional achter je bureau vandaan, de organisatie en de buitenwereld in. Van den Berg: 'Luisteren en vanuit dialoog werken gaat niet vanzelf. Je moet op zoek gaan en in kaart brengen wie een rol spelen bij een bepaald onderwerp en met hen het gesprek aangaan. Dat is een vorm van onderzoek en dat hoort gewoon bij je werk. Er zijn communicatieadviseurs die beleidsmakers adviseren over de doelgroep, zonder ook maar één woord met die doelgroep gewisseld te hebben. Het is tijd dat we nu echt de buitenwereld binnen brengen.'

Daar komt nog bij dat we ons oude model van kennis, houding en gedrag moeten loslaten. We zijn jarenlang uitgegaan van de veronderstelling dat als we mensen voorlichten, ze hun houding en daarmee hun gedrag zullen veranderen. De Emotiemaatschappij heeft ons laten zien dat het zo niet werkt. Als we (groten-deels) onbewust gedrag willen beïnvloeden, zullen we dat gedrag eerst moeten observeren. Dat kan niet vanachter je bureau.

Andere beroepshouding

Maar dit alles vraagt wel een andere beroepshouding dan de meesten van ons tot nu toe gewend waren. Verloop: 'Betteke van Ruler noemt dit de omslag van slaafs dienstbaar, waar we vandaan komen, naar professioneel dienstbaar. Daar hoort een positief kritische houding bij.'

Bij die omslag hoort ook dat we onze vak-kennis op peil houden. Verloop: De Nieuwe Communicatieprofessional heeft zijn (online) kennis op orde, is een echte netwerker en een professionele bemoeial.' Met dat laatste

bedoelt Verloop dat door het Glazen Huis en de Horizontalisering het steeds belangrijker wordt wat een organisatie of overheid presteert. En daarmee wordt het steeds meer de taak van de communicatieprofessional om tegen het primaire proces aan te duwen.

Van den Berg vult aan: 'De communicatieprofessional neemt overal belemmeringen weg, zodat het gesprek gevoerd kan worden tussen het primaire proces binnen en de samenleving buiten. Die belemmeringen zitten vaak niet in de communicatie, maar in het gedrag, de dienstverlening of het product van de organisatie. Dus als jij onzinnig beleid ziet, dan stel je dat als communicatieprofessional aan de kaak.'

Anders in je vak staan

Het is tijd om dat knoepje in het netwerk te worden en al je tentakels uit te zetten, zowel in de organisatie als daarbuiten. Kom op, communicatieprofessional: kom in actie, schud die eierschaal van je hoofd en pak je nieuwe rol trots op. Wacht niet op visies of plannen, maar stap de werkvloer op en kijk waar jouw toegevoegde waarde zit. Breng de buitenwereld echt binnen en begeleid je collega's in de netwerksamenleving. Duw tegen dat primaire proces aan en zorg dat de organisatie haar beloftes waarmaakt. Verdiep je in datamining en zorg dat de organisatie transparant communiceert over welke gegevens ze van wie en waarom gebruikt. Gooi het mantra *Kennis - Houding - Gedrag* overboord en observeer en analyseer daadwerkelijk gedrag en bepaal waar en wanneer je invloed hebt op gedrag. Ons vak is een prachtig vak en is vandaag relevanter dan ooit. Schud die oude werkpatronen van je af en zet je kennis en expertise daar in waar het vandaag en in de toekomst nodig is. Ga anders in je vak staan, ons communicatievak verdient het.



Auteurs Els Holsappel (redacteur C) is freelance (eind)redacteur en communicatieadviseur.
@ElsHolsappel
nl.linkedin.com/in/elsholsappel

GET INSPIRED!

FIVE KEY TOPICS IN CORPORATE COMMUNICATION IN FIVE DAYS

CORPORATE COMMUNICATION EXECUTIVE SUMMER COURSE

23-27 JUNE 2014

MORE INFORMATION? PLEASE CONTACT:

Susanna Marco, Room T11-52,
Tel. +31 10 408 2851, E-mail cco@rsm.nl

WWW.RSM.NL/MCC

The Corporate Communication Centre of the Rotterdam School of Management, Erasmus University (RSM) organises the 'Executive Summer Course Corporate Communication' from 23 June till 27 June, 2014.

This five-day intensive course in Corporate Communication offers you a broad theoretical basis and practical tools, enabling you to deal better with today's Corporate Communication issues. Renowned academic guest speakers and business practitioners will illustrate with cases and practical examples. The latest developments, insights, and models in corporate communication and business administration will be discussed. You will also learn how to use corporate communication to achieve business goals. After the course, you will be able to put your gained knowledge, new ideas and insights into practice for the benefit of your organisation and your own career.

THEMES

During the course, you will explore the following topics:

- New developments in Corporate Communication
- Identity and organisational change
- Creating external alignment
- Dealing with complexity and ambiguity
- Organisation of Corporate Communication

ACADEMIC SPEAKERS AND BUSINESS PRACTITIONERS

- Prof. dr. Cees van Riel, Programme Director, RSM
- Prof. dr. Bob de Wit, Nyenrode Business University
- Prof. dr. Davide Ravasi, Bocconi University
- Dr. Mignon van Halderen, Owner, Leading Thoughts
- Karen Beuk, Director Corporate Communication, Nutreco
- Frans Cornelis, Managing Director Marketing and Communications, Randstad Holding
- Martin Kersbergen, Manager Corporate Communication, DELA
- Frank van Ooijen, Director Corporate Communication, FrieslandCampina
- Ger Peerboom, Manager Corporate Communications Europe, SABIC
- Bert Regeer, Vice President Communications - Planning, Operations and Corporate Identity, Royal Dutch Shell plc.

ROTTERDAM SCHOOL OF MANAGEMENT
ERASMUS UNIVERSITY