

Geen communicatieplan...toch accountable

Communicatie is van iedereen. De hele organisatie communiceert, zowel intern als extern. Als communicatieprofessional heb je de mooie uitdaging om in de context van die bewegende organisatie te zorgen dat al die communicatie bijdraagt aan die doelstellingen van de organisatie. Maar waar begin je? En wat is jouw rol dan? Hoe kun je in zo'n context nog accountable zijn? En kan dat echt zonder communicatieplan?

Het zijn de inmiddels bekende vragen die een communicatieprofessional zichzelf regelmatig stelt, wanneer hij 'meedenkt' met een project, een event organiseert, helpt het begrijpelijk maken van beleid of zelfs een strategie uitwerkt om de reputatie van de organisatie te verbeteren. Het antwoord op die vragen is afhankelijk van jouw professionele context. Iedere communicatieprofessional die zichzelf serieus neemt, is op de een of andere manier al bezig et accountability. Accountability in de betekenis van: verantwoordelijkheid nemen voor wat je doet en daar verantwoording over kunnen afleggen. Accountability gaat over de vraag: doen we de goede dingen en doen we ze goed? En daarmee is het een randvoorwaarde voor kwaliteit en professionaliteit. Dat betekent dat je continu een accountabilitycyclus doorloopt, waarin je rekening houdt met de inhoudelijk kant van je vak, het proces dat je doorloopt om iets te bereiken en de relaties die je nodig hebt om in de flexibele context te kunnen opereren.

Inhoud

De accountabilitycyclus volgt de cyclus Plan-Do-Check-Act (PDCA). Die cyclus is ooit bedacht om de productieprocessen gestroomlijnder te laten lopen. Zij wordt nu vooral voor kwaliteitsverbetering in de hele organisatie gebruikt. Met de accountabilitycyclus plaats je communicatie in de context van de organisatie. Dit geeft je de mogelijkheid vanuit breder perspectief te kijken of je de goede dingen doet, én of je ze goed doet. Met andere woorden: of en hoe communicatie bijdraagt aan de doelstellingen en ambities die je organisatie zichzelf stelt. De accountabilitycyclus start met de **Plan-fase**. In deze fase bepaal je eerst het gewenste resultaat. Je plant en onderbouwt het beleid, de activiteiten en producten die je gaat inzetten om het resultaat te bereiken. En je motiveert je beslissingen op basis van de organisatieanalyse. In je communicatieaanpak beschrijf je op welke resultaatgebieden van communicatie je je gaat richten, hoe je inricht en wat je daadwerkelijk gaat doen. Je baseert je hierbij op onderzoek en eerdere evaluaties. Daarmee heb je de basis gelegd voor datgene waarvoor je verantwoordelijkheid neemt en waarover je verantwoording gaat afleggen. De **Do-fase** is de fase waarin je uitvoert wat je hebt bedacht. In deze fase monitor je steeds om te zien of dat wat je aan het doen bent nog bijdraagt aan de richting en inrichting die je in de Plan-fase hebt gekozen. Je activiteiten moeten dus steeds te herleiden zijn naar de keuzes die je hebt gemaakt bij et inrichten. In de **Check-fase** analyseer je in hoeverre je inspanningen bijdragen van het gewenste resultaat. Dat dit verder gaat dan het ophoesten van cijfertjes alleen is inmiddels wel bekend. Het gaat erom dat je je communicatieplanning continu moe afstemmen op ontwikkelingen binnen en buiten de organisatie. De Check-fase is een belangrijke fase in de accountabilitycyclus omdat je hier je verbeterpunten ontdekt. En die neem je mee in de Act-fase, waarin je de resultaten uit de Check-fase gebruikt om te verbeteren.

KWALITEITSVERBETERING MET DE ACCOUNTABILITY CYCLUS

Geen communicatie plan... toch accountable

Communicatie is van iedereen. De hele organisatie communiceert, zowel intern als extern. Als communicatieprofessional heb je de mooie uitdaging om in de context van die bewegende organisatie te zorgen dat al die communicatie bijdraagt aan de doelstellingen van de organisatie. Maar waar begin je? En wat is jouw rol dan? Hoe kun je in zo'n context nog accountable zijn? En kan dat echt zonder communicatieplan?

Het zijn de inmiddels bekende vragen die een communicatieprofessional zichzelf regelmatig stelt, wanneer hij 'meedenkt' met een project, een event organiseert, helpt bij het begrijpelijk maken van beleid of zelfs een strategie uitwerkt om de reputatie van de organisatie te verbeteren. Het antwoord op die vragen is afhankelijk van jouw professionele context. Iedere communicatieprofessional die zichzelf serieus neemt, is op de een of andere manier al bezig met accountability. Accountability in de betekenis van verantwoordelijkheid nemen voor wat je doet en daar verantwoording over kunnen afleggen. Accountability gaat over de



Auteurs
Cathelijn Janssen
eigenaar Cateau
Communicatie

Gonda Duivenvoorden
eigenaar Brainwork
communicatie,
programmamanager
communicatie s.t. SRM

Illustrator
Iris Gemtes
(Studio Moma)

vraag: doen we de goede dingen en doen we ze goed? En daarmee is het een randvoorwaarde voor kwaliteit en professionaliteit. Dat betekent dat je continu een accountabilitycyclus doorloopt, waarin je rekening houdt met de inhoudelijke kant van je vak, het proces dat je doorloopt om iets te bereiken en de relaties die je nodig hebt om in de flexibele context te kunnen opereren.

Inhoud

De accountabilitycyclus volgt de cyclus Plan-Do-Check-Act (PDCA). Die cyclus is ooit bedacht om de productieprocessen gestroomlijnder te laten lopen. Zij wordt nu vooral voor kwaliteitsverbetering in de hele organisatie gebruikt. Met de accountabilitycyclus plaats je communicatie in de context van de organisatie. Dit geeft je de mogelijkheid vanuit breder perspectief te kijken of je de goede dingen doet, én of je ze goed doet. Met andere woorden: of en hoe communicatie bijdraagt aan de doelstellingen en ambities die je organisatie zichzelf stelt. De accountabilitycyclus start met de **Plan-fase**. In deze fase bepaal je eerst het gewenste resultaat. Je plant en onderbouwt het beleid, de activiteiten en producten die je gaat inzetten om het resultaat te bereiken. En je motiveert je beslissingen op basis van de organisatieanalyse. In je communicatieaanpak beschrijf je op welke resultaatgebieden van communicatie je je gaat richten, hoe je ze inricht en wat je daadwerkelijk gaat doen. Je baseert je hierbij op onderzoek en eerdere evaluaties. Daarmee heb je de basis gelegd voor datgene waarvoor je verantwoordelijkheid neemt en waarover je verantwoording gaat afleggen. De **Do-fase** is de fase waarin je uitvoert wat je hebt bedacht. In deze fase monitor je steeds om te zien of dat wat je aan het doen bent nog bijdraagt aan de richting en inrichting die je in de Plan-fase hebt gekozen. Je activiteiten moeten dus steeds te herleiden zijn naar de keuzes die je hebt gemaakt bij het inrichten. In de **Check-fase** analyseer je in hoeverre je inspanningen bijdragen aan het gewenste resultaat. Dat dit verder gaat dan het ophoes-

Lees het hele artikel in C8!