



# 10 TIPS

## voor de **AMBITIEUZE**

## **communicatieprofessional**

DOOR BETTEKE VAN RULER

Ben je het oude communicatieplan zat? Wil je leren werken als een doener? Iemand die denkt en doet, tegelijkertijd? Flexibeler, met meer plezier, scherper in je acties, meer gericht op wat nu voor jouw organisatie of klant echt belangrijk is? Heb je het veel te druk en moet je beter leren kiezen wat je wel doet en wat niet? Vind je het lastig anderen te overtuigen van jouw meerwaarde, zien ze je te weinig staan? Zie je zelf door de bomen het bos niet meer en vraag je je af waarvoor (en waarom) je het eigenlijk allemaal doet? Laat je dan inspireren door deze tips.

### #1

#### GOOI HET COMMUNICATIEPLAN MAAR IN DE SLOOT

In het traditionele communicatieplan wordt vooraf bepaald welk resultaat je gaat behalen en welke route je daarbij volgt. Dat werkt alleen als je alle omgevingsvariabelen onderweg onder controle houdt, en dat kan in het communicatievak bijna nooit. Het moet dus veel flexibeler. Dat betekent niet dat je het beter zonder planningsmethode kunt doen. Dan loop je het risico dat je met alle winden meewaait en uiteindelijk helemaal niet meer effectief bent. Ook voor flexibel plannen is een methode nodig.

### #2

#### MEER DOEN MET MINDER

Er is de laatste jaren steeds vaker sprake van meer doen met minder mensen en minder geld. Hoe kun je dan toch nog effectief blijven? Daarvoor moet je scherp kiezen en dat kan alleen als je precies voor ogen hebt waarom je waarvoor zou kiezen. En daarbij speelt ook dat je moet weten welke competenties je nodig hebt om je ambitie te realiseren, van jezelf of van je collega's, of misschien wel van andere afdelingen. Samen sta je sterker, weet je meer, en ben je dus veel effectiever.

### #3

#### IS JOUW ROL VAN WAARDE BINNEN DE ORGANISATIE?

Stel je zelf voortdurend de vraag: wat moet ik per se weten om mijn werk zo goed mogelijk te kunnen doen en wat zou ik zelf inzichtelijk moeten maken om een rol van betekenis te kunnen spelen binnen de organisatie. Reflecteer dus regelmatig op de vraag of je wel relevant bezig bent, of je werkelijk bijdraagt aan waar de organisatie mee bezig is (dat is niet hetzelfde als His Master's Voice zijn!), verplaats je in de problemen van de ander en laat zien wat een communicatieblik op die problemen kan opleveren.

### #4

#### MET WIE GA JE SAMENWERKEN?

Onbekend maakt meestal onbemind. Het is dus erg belangrijk om een goede relatie te hebben met al die disciplines die je vroeg of laat nodig hebt. Laat je dus regelmatig zien in de organisatie of bij zusterorganisaties. Ga naar bijeenkomsten en neem af en toe het woord. Laat iedereen zien wat jij als communicatieprofessional te bieden hebt, hoe jij vanuit jouw deskundigheid tegen kwesties aankijkt. Dan weten ze wie je bent en wat ze aan je kunnen hebben.

### #5

#### DE AANPAK VAN EEN PLAN VAN AANPAK

Als je aan de slag gaat en een plan van aanpak maakt, stel je dan altijd de vraag of iets alleen maar urgent lijkt of echt belangrijk is. Het Eisenhowermodel leert het volgende: een urgente taak vraagt erom direct te worden vervuld. Die hoeft niet per se belangrijk te zijn, maar je voert hem toch meteen uit, al is het maar om daarna tijd over te houden voor belangrijker dingen. Een urgente taak heeft vaak een reactief karakter, het wordt je gevraagd door anderen. Een belangrijker taak daarentegen heeft vaak juist een actief karakter en is gebaseerd op je eigen visie op je werk: dat wat je zelf belangrijk vindt. Het Eisenhowermodel raadt aan om de belangrijke taken meer prioriteit te geven dan de urgente. En wat niet belangrijk noch urgent is, moet gewoon worden geschrapt. Dat scheelt een hoop tijd!

## #6 REFLECTIEVE ORGANISATIE

In eigentijds communicatiemanagement spreken we steeds vaker over de reflectieve organisatie: een organisatie die in staat is om zich te verbinden met wat in de samenleving belangrijk wordt gevonden. Hoe zit dat bij jou? Staat jouw organisatie daarmee in verbinding? Praten jullie daar wel eens over? Als dat niet zo is, zou je eens een voorzichtig balletje kunnen opwerpen. Maar daarvoor moet je natuurlijk wel voortdurend monitoren waarover mensen over voor jullie belangrijke issues met elkaar praten en hoe ze daarover praten.

## #7 NIET STUREN MAAR BIJSTUREN

De macht van communicatie is meestal niet zo groot. Mensen zitten nu eenmaal niet aan een touwtje. Communicatie is daarom meestal meer een kwestie van bijsturen dan van sturen. Bijsturen werkt bovendien het beste als anderen ervoor open staan. Dus moet je altijd aansluiting zoeken bij de actualiteit, en als die er niet is, moet je die zien te creëren. Agendasetting heet dat. Als je dat goed weet te doen, heeft de communicatie veel meer kracht.

## #8 FLEXIBEL PLANNEN

Door de eis van meer flexibiliteit en beter inspelen op de dynamiek van de organisatie en de omgeving, moeten ook de werkmethodes veranderen. Die moeten agile worden: slim, snel, wendbaar. Scrum is daar een goed hulpmiddel bij. Scrum omarmt het flexibele niet alleen maar formaliseert het ook door op vaste tijden tussentijds te evalueren (testen noemen scrumprofessionals dat) en bij te stellen. Mensen die met scrum werken zijn er erg enthousiast over. De intense samenwerking, het snelle werken, het inspelen op de dynamiek, de snelle resultaten: allemaal zaken die het werken leuker maakt en de resultaten beter.

## #9 STRATEGIE ONTWIKKEL JE SAMEN

Een goede strategie bevat alleen die zaken die echt belangrijk zijn. Hoe je dat bepaalt? Door je goed te informeren en niet bang te zijn om te kiezen, ergens voor te durven gaan. Dat doe je beter niet in je eentje. Daarvoor is de situatie meestal te complex. Een goede strategie komt tot stand in samenspraak, door voortdurend jouw ideeën te toetsen aan die van anderen. Als je zelf scherpe keuzes maakt heb je ook iets om over te praten. En heb je houvast als je daarna aan het scrummen gaat.

## #10 VISIE OP JE VAK

Een van de grote uitdagingen is het feit dat communicatie steeds meer wordt gezien als van iedereen in de organisatie. Van de receptioniste tot de hoogste baas. Met name door de digitalisering hebben medewerkers de tools om naar buiten te treden over hun projecten en zo zelfs nieuws te creëren. Het gevolg is dat nog meer dan vroeger iedereen zich een mening vormt over wat goed is in de communicatie en wat niet. Het is daarom belangrijker dan ooit dat je zelf een heldere visie hebt op hoe communicatie werkt en wat het communicatievak te bieden heeft. Dat versterkt je positie als serieuze gesprekspartner en communicatieautoriteit en dat jaagt vernieuwing aan.

Verder komen in je carrière & effectiever leren werken?

Meld je aan voor één van de masterclasses aan de Van Ruler Academy!

Keuze uit de masterclass Het Strategisch Communicatie Frame, Crash Course De Reflectieve Communicatie Scrum, workshop Visie op Communicatie in één dag, workshop de Lenige Communicatieprofessional en de opleiding Plannen volgens de verhaalwetten van Hollywood!

Voor meer informatie over de Van Ruler Academy:

[WWW.VANRULERACADEMY.NL](http://WWW.VANRULERACADEMY.NL)