

Interne communicatie voor hr

Zelfstandige
e-learning



Vanaf je eigen plek, op jouw eigen moment

Jeltje vertelt je alle ins en outs van interne communicatie, bekeken vanuit HR-perspectief.

Na het volgen van deze cursus kun jij:

- Jouw HR-beleid tot leven brengen. Geen plannen meer die in de la blijven liggen!
- Communicatiedoelen vaststellen waar je echt wat aan hebt. Zodat je niet de zoveelste bent met 'een belangrijk project'.
- Jouw medewerkers in beweging krijgen. Want wat heb je aan HR dat de medewerkers niet bereikt?

The screenshot shows a course interface for 'Interne vs. externe communicatie'. The top navigation bar includes 'binnenste buiten', 'Shop', 'Mijn Account', and the user's name 'Jeltje Visser'. The course title 'Interne vs. externe communicatie' is displayed in the header. The main content area is divided into three sections:

- Introductie van de cursus:** A list of topics including 'Waarom deze cursus', 'De zes basisbehoeften van medewerkers', and '1. Wat is (interne) communicatie eigenlijk?'. The first section is expanded, showing sub-topics like '1.1. Wat is communicatie?', '1.2. Hoe werkt communicatie in het bedrijf?', '1.3. De verschillende definities van interne communicatie', and '1.4. Interne vs. externe communicatie'.
- 1.4. Interne vs. externe communicatie:** A video player showing Jeltje Visser speaking. The video title is 'Interne vs. externe communicatie'.
- Opdrachten:** A section with two questions: 'Welke kanalen en middelen van jouw organisatie worden zowel door externe als interne 'ontvangers' gezien?' and 'Welke andere bedrijven komen op jou, als externe 'ontvanger', over als aantrekkelijke werkgevers? Waar komt dat door?'.

het lesprogramma



Introductie van de cursus

In deze module vertelt Jeltje over:



Waarom deze cursus

Houd jij je bezig met personeelszaken? En merk je ook dat jouw plannen pas van de grond komen wanneer je medewerkers ook echt in beweging zet? In deze online cursus leer je hoe je met communicatie ervoor zorgt dat jouw HR medewerkers écht bereikt. Jeltje vertelt je in deze video over de opzet en inhoud van de cursus.



De zes basisbehoeften van medewerkers

'Buiten winnen is binnen beginnen. Maar hoe doe je dat dan – binnen beginnen? Door de zes psychosociale basisbehoeften van medewerkers te vervullen: Rechtvaardigheid, Autonomie, Betrokkenheid, Doel, Zekerheid en Competentie.



Module 1 - Wat is (interne) communicatie eigenlijk?



In deze module vertelt Jeltje over:



Wat is communicatie?

Je hebt vast gemerkt dat veel van het succes afhangt van mensen. Weten zij wat de regels zijn, weten zij wat er mogelijk is, en doen zij vervolgens ook wat nodig is? Is dat dan communicatie - informatie overbrengen op een ander? Er zijn heel veel theorieën over. Maar eerst even terug naar de basis.



Hoe werkt communicatie in het brein?

Ons gedrag wordt beïnvloed door meer dan alleen onze kennis. Sterker nog: veel van ons gedrag wordt beïnvloed door heel veel andere factoren, die ons zelfs onbewust allerlei keuzes laten maken. Dat betekent dat we met communicatie méér moeten doen dan alleen informatie overbrengen.



Verschillende definities van interne communicatie

Nu we wat beter weten wat communicatie is, is het tijd om stil te staan bij wat interne communicatie precies is. Ook daar zijn natuurlijk weer verschillende definities voor.



Interne vs. externe communicatie

Hoe beter je het binnen in de organisatie op orde hebt, hoe beter de organisatie er van de buitenkant uitziet. Maar ook andersom beïnvloedt extern hoe mensen er intern bijlopen. Hoewel je bij externe communicatie en interne communicatie twee verschillende doelgroepen aanspreekt, zijn je uitkomsten dus toch aan elkaar verbonden en zou je dit dus eigenlijk niet als twee verschillende taken moeten zien.

Module 2 - Leer je doelgroep kennen

In deze module vertelt Jeltje over:



Doelgroepen

Communicatie zet je in met een reden: je wil iets bereiken bij de mensen met wie je communiceert. Of dat lukt, hangt ervan af of je die mensen op de juiste manier aanspreekt en bereikt. Daarom is het heel belangrijk om die mensen goed te kennen.



Jouw doelgroep en de 'employee journey'

Spreek je van interne communicatie, dan is ook de plek waarop jouw doelgroep zich bevindt in de 'employee journey' relevant. Zo heeft een nieuwe medewerker heeft nog hele andere behoeften dan iemand die al twintig jaar meeloopt, bijvoorbeeld.



Willen jouw medewerkers 'veranderen'?

De ene medewerker krijg je makkelijker mee dan de andere. Richt jij je in je communicatie juist op degene die makkelijk meebeweegt en altijd vooraan de rij staat, of juist op de moeilijk te bereiken medewerker bij wie nog veel winst te behalen valt?



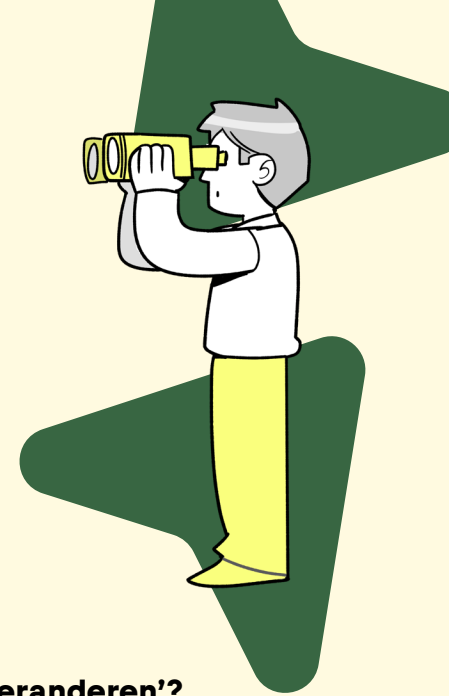
Hoe je jouw doelgroepen onderzoekt

Hebben we het over interne communicatie, dan ken je jouw doelgroep misschien wel heel goed. Het zijn immers jouw collega's. Maar stel je ze weleens heel direct de vraag wat zij nou écht willen? Wat hen nou écht drijft?



Van doelgroep naar persona

Om je beter te kunnen verplaatsen in je doelgroep, kan het helpen om persona's/ ijkpersonen te maken. Daarin creëer je een fictief persoon dat een hele doelgroep portretteert. Dit heeft zowel voor- als nadelen.



Module 3 - Doelgericht communiceren

In deze module vertelt Jeltje over:

- **Communiceren met een visie**
Om tot een effectieve communicatiestrategie te komen, begin je helemaal bij het begin, bij de kern van de organisatie. Terug naar de missie en visie. Waartoe is jouw bedrijf op aarde?
- **Een passende interne communicatiestrategie**
Wanneer je inzicht hebt in je interne doelgroepen en de visie t/m de kernwaarden van je organisatie, kun je gaan nadenken over de communicatiestrategie. Dus hoe ga je communiceren, wat is daarin heel belangrijk?
- **Is het een HR- of een communicatiedoel?**
Jullie HR-doelen zijn afgeleid van de richting die je op wilt met de organisatie. Ze vormen een belangrijk uitgangspunt voor jouw communicatiedoelen. Vanuit jouw HR-doelen, wat kun je met communicatie wel of niet bereiken?



Module 4 - Onderzoek doen voor je communicatieplan

In deze module vertelt Jeltje over:



Communicatie begint bij ontvangen

Communiceren begint bij luisteren. Verdiep en verplaats je in je doelgroep. Ook al ken je jouw collega's nog zo goed, blijf onderzoek doen, zowel met behulp van jouw ervaringen, bestaande of nieuwe data, interne stakeholders en de doelgroep zelf.



Luister naar je medewerkers!

Wie van je medewerkers kun je het beste vragen om mee te denken? Een oproep op het intranet volstaat meestal niet, omdat je dan vaak steeds dezelfde medewerkers krijgt te spreken. Het kan juist heel leerzaam zijn om te horen wat de 'stille' collega's te zeggen hebben. Hoe vind en selecteer je deze?



Belangrijke thema's voor het onderzoek

In je onderzoek ga je in elk geval in op de thema's missie & visie, cultuur, houding, doelgroepen, boodschap en middelen. Ook de manier van vragen stellen komt in deze les aan bod.



Module 5 - Medewerkers meekrijgen bij veranderingen

In deze module vertelt Jeltje over:



De enige constante is verandering

In de wereld, en in elke organisatie, vinden continu veranderingen plaats. Zo'n verandering vraagt om kleine of grote aanpassingen in het dagelijkse werk van jouw medewerkers. En bij zulke veranderingen stuit je altijd op een bepaalde mate van weerstand. Want van nature betekent verandering gevaar. En daar houdt een mens niet van.



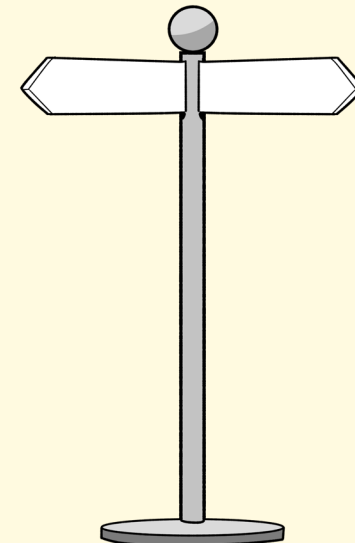
Tips bij verandercommunicatie

Komt een organisatieverandering onverwacht, dan is de kans op weerstand groter. Terwijl zo'n verandering nooit zomaar om de hoek komt kijken, die komt ergens vandaan. Hoe beter je mensen voorbereidt op zo'n verandering, hoe groter de kans is dat je de weerstand omlaag brengt. Daarom een paar tips.



Kleuren voor een veranderstrategie

Misschien ken je ze wel: de kleuren van De Caluwé en Vermaak. Je kunt aan een organisatie een kleur toeschrijven die iets zegt over de cultuur. Als je wilt communiceren over een verandering, wil je identificeren in welke kleur jouw organisatie zit. Want op die manier wil je ook communiceren.



Module 6 - Het communicatieplan

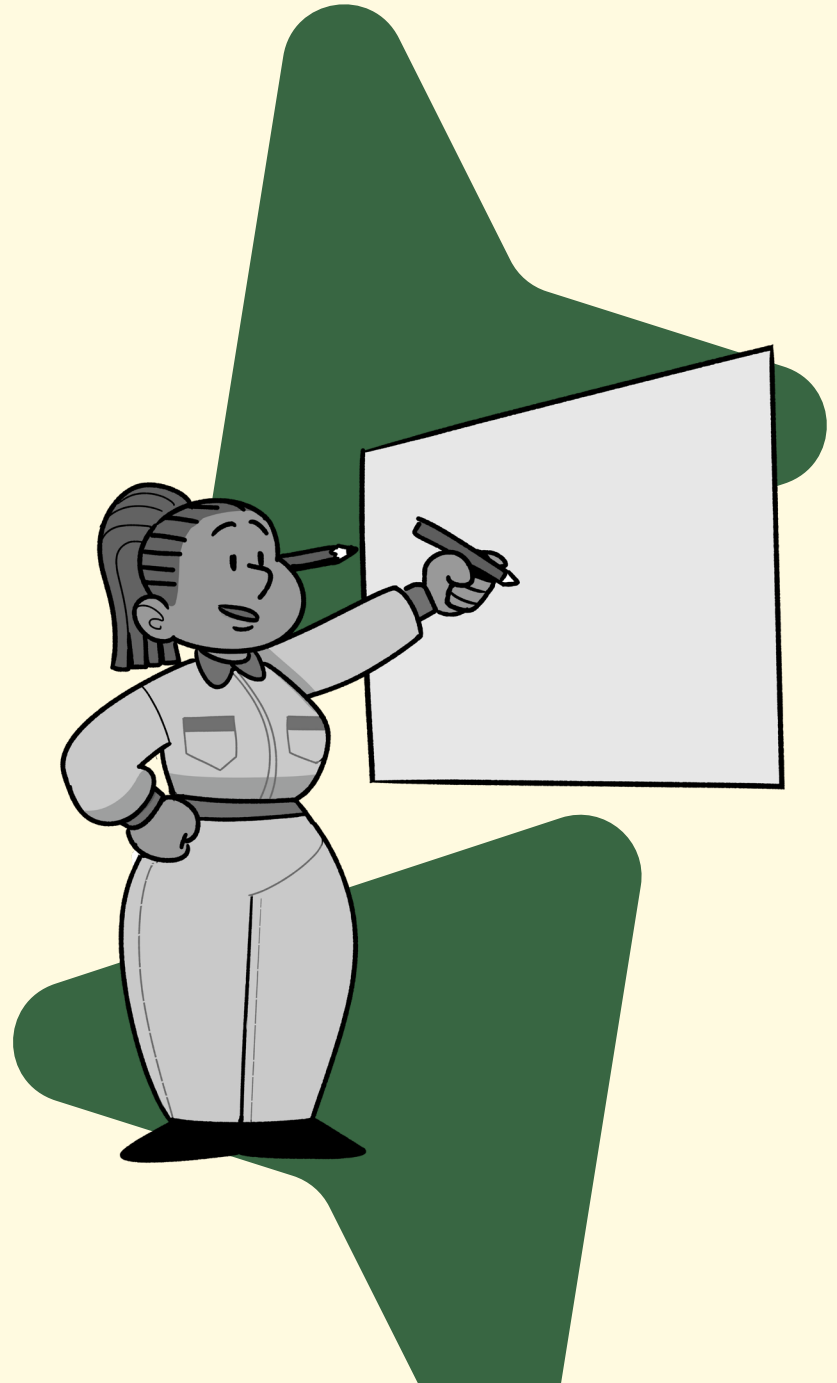
In deze module vertelt Jeltje over:



Ingrediënten van het communicatieplan

In het communicatieplan komt alles concreet samen. Dit ga je doen, met dit doel, via dit kanaal en op dit moment. Heerlijk om als houvast te hebben. In de waan van alledag is het soms lastig om door te zetten. Terwijl continuïteit juist belangrijk is bij communicatie. Alleen met de kracht van herhaling kom je écht aan bij je medewerkers.

Hoe je dit samenbrengt in een communicatieplan kan op verschillende manieren. Er zijn continu goeroes in het vak die een nieuw sjabloon of canvas uitbrengen. Het ene is niet per se beter dan het andere. Kies wat bij jou past. In deze module krijg je daar praktische handvatten voor.



Module 7 - Communiceren kun je leren!

In deze module vertelt Jeltje over:



Van plan naar actie

Een goede strategie en onderbouwing is belangrijk, maar je moet er ook niet té lang in blijven hangen. Uiteindelijk gaat het erom dat je dóét. En als er iets misgaat, dan doe je het de volgende keer anders. Dat is lastig, maar ook interessant aan communicatie: het is geen exacte wetenschap.



Zo kun je zelf schrijven

De een heeft er aanleg voor, de ander vindt het heel moeilijk om een eerste zin op papier te krijgen. Maar uiteindelijk kan iedereen kan schrijven! En zo niet, dan kan AI je misschien ook helpen. Let wel: AI heeft iets niet wat jij wel hebt, en wat heel belangrijk is in communicatie: inlevingsvermogen (empathie) en emotie. In deze module krijg je handige tips om het zelf te doen.



Afsluiting

In deze module vertelt Jeltje over:



Evalueren en bijsturen

Hoe goed je jouw communicatie ook voorbereidt, het blijft een veranderend speelveld. Je zult dus moeten kijken of wat je gecommuniceerd hebt, ook daadwerkelijk is aangekomen. Of wat je hebt gezonden ook op de manier is ontvangen zoals jij dat bedoeld had.



Over de docent

Jeltje Visser is Adviseur Gedrag & Communicatie bij Bureau Binnenstebuiten. Ze heeft ruim 15 jaar ervaring bij veel uiteenlopende opdrachtgevers. Ze kent daardoor de uitdagingen die verschillende doelgroepen met zich meebrengen.

In plaats van direct te beginnen met een intranetbericht, verdiept ze zich liever eerst in de doelen van de organisatie en de medewerkers die er werken. Zo zorgt ze dat communicatie effectief en efficiënt wordt ingezet.

Daarnaast pleit ze ervoor dat je ook weer niet te lang moet blijven hangen in het maken van plannen. Ze steekt dus ook graag de handen uit de mouwen om die communicatie in gang te zetten en in te bedden in de organisatie!



praktische informatie ►

praktische informatie

Aan de slag met de cursus

Via de website van Bureau Binnenstebuiten kun je je aanmelden voor de cursus. Na betaling kun je direct aan de slag. Je kunt dit gewoon op jouw eigen locatie en op jouw eigen gewenste tijd doen.

Je krijgt:

- Onbeperkt toegang tot jouw eigen omgeving
- Met ruim 20 video's
- Opdrachten waarmee je meteen aan een communicatieplan voor jouw organisatie werkt
- Handige tips & tools om zelf jullie interne communicatieadviseur te worden

➤ inschrijven

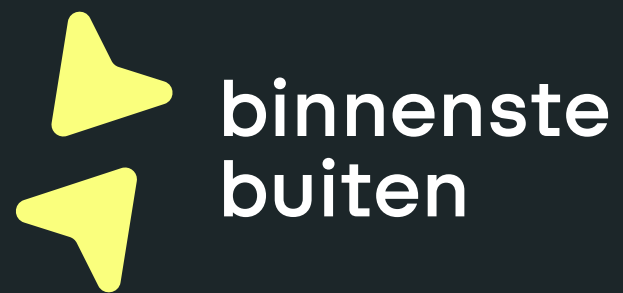
★★★★★

Ik heb veel nieuwe inzichten opgedaan en vooral veel praktische handvatten gekregen waar ik direct iets mee kan. Ik vond het een ontzettend leuke en leerzame cursus. Dank je wel voor de manier waarop je de informatie hebt gebracht en steeds de vertaalslag naar de praktijk maakt! Het waren prettige filmpjes om naar te kijken, omdat ze ook niet zo lang waren. Een echte aanrader om deze cursus interne communicatie te volgen!

Google recensie van een cursist

Bekijk de eerste video's:





www.bureau-binnenstebuiten.nl