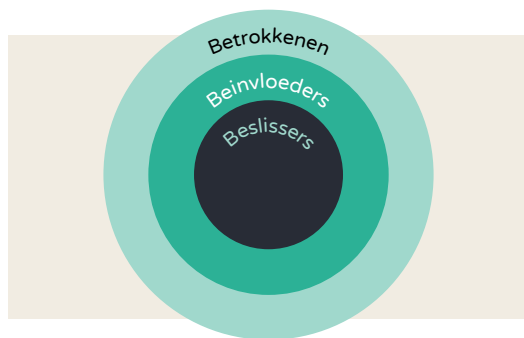


Hoe regel jij draagvlak bij veranderingen en vraagstukken?

Een nieuwe strategie. Een nieuw verhaal. Een nieuwe positie in de markt en maatschappij. Hoe krijg je nou genoeg (interne) stakeholders mee om al deze veranderingen te laten slagen? Genoeg? Ja, dat lees je goed. Je hebt gelukkig niet iedereen nodig voor een succesvolle verandering. Ook hier geldt kwaliteit boven kwantiteit.

Genoeg is genoeg

Welke mensen heb je nodig om de staat van tevredenheid te bereiken bij een verandering? Dat zijn de 3BS, niet te verwarren met de 3JS.



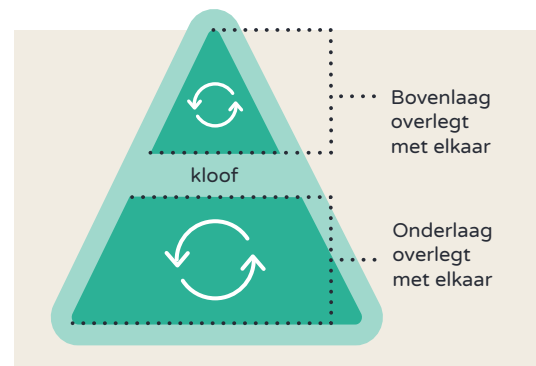
Figuur 1.

Bron: Cirkel van invloed – Stephen R. Covey

Serius? Een slechte grap, een model en letterrijm. Wij bij David hebben alles over voor een geheugensteuntje, ondanks onze persoonlijke alliteratie-allergieën.

Kritische mensen

Start de dialoog al met de 3BS, voordat de bestemming van de verandering concreet is, maak ze deelgenoot. Tijdens de analysefase neemt een adviseur van David minimaal drie tot vijf diepte-interviews af. De 3BS zitten in verschillende disciplines en -lagen van de organisatie. Je kent ze wel, het zijn de ambassadeurs, bekende gezichten en kartrekkers of in jargon: de influencers, early adopters en de usual suspects.



Figuur 2.

Het gebroken driehoek – Jan van Delden 1999 geeft weer hoe ze in de bestuurskamer in staat zijn het gesprek goed te voeren, hoe medewerkers op de werkvloer goed met elkaar in dialoog zijn, maar dat daartussen een kloof gaapt. De communicatieopgave is om die kloof te dichten.

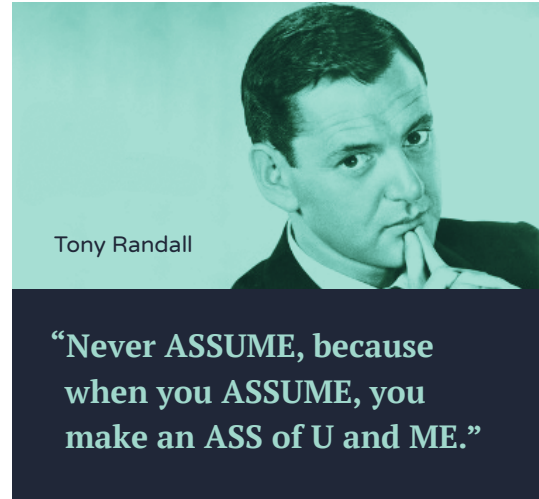
Kritische vragen

Het interviewschema, de vragenlijst wordt samengesteld op basis van relevante documenten en dialogen rondom het vraagstuk. Denk aan: (de)briefings, strategische koers, klant- of medewerkerstevredenheidsonderzoek (tip voor Galgje). Het interviewschema kent vijf tot tien thema's. Ieder thema zal getoetst worden tijdens de interviews met de 3BS. Als de 3BS op een aantal thema's weinig tot niets teruggeven, dan zullen deze thema's afvallen. Met als gevolg dat deze thema's niet verder getoetst worden in de bredere organisatie.

Kritische massa

Na een concretiseringsslag met de 3BS, zal je ook de bredere organisatie moeten betrekken om een kritische massa te bereiken. Dat kan met CircleLytics, een laagdrempelige dialoogtool. Een tool waarmee je tientallen, honderden of duizenden deelnemers zelf aan het werk zet om samen alle data te verzamelen.

Deze data zorgt dat adviseurs en opdrachtgevers hun vraagstukken en veranderingen kunnen onderbouwen, voorzien van draagvlak en betere besluitvorming.

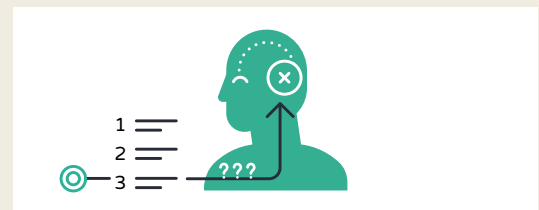


Hoe werkt David met CircleLytics?

De thema's die de diepte-interviews met de 3BS doorstaan hebben, worden gebruikt bij het formuleren van vragen voor CircleLytics.

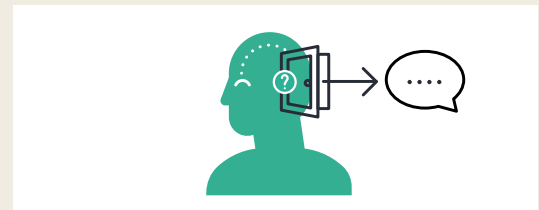
Stap 1: Formuleer uitnodigende vragen

Toon betrokkenheid en vertrouwen met slimme open- of gesloten vragen. Kies max. 2 á 3 vragen i.v.m. de spanningsboog van de deelnemers.



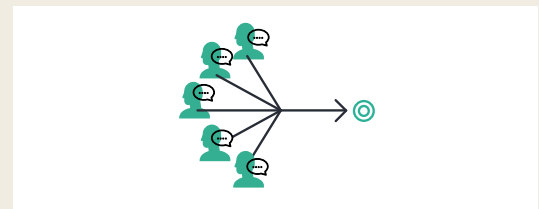
Stap 2: Nodig deelnemers uit voor de dialoog

Ga je voor breed draagvlak, nodig alle betrokkenen uit. Ben je op zoek naar specifieke onderwerpen binnen specifieke groepen? Segmenteer.



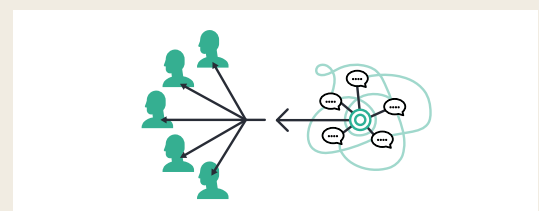
Stap 3: Start de dialoog

Ronde 1 gaat van start, de anonieme antwoorden lopen binnen en jij kan in het dashboard exact het proces en de respons volgen.



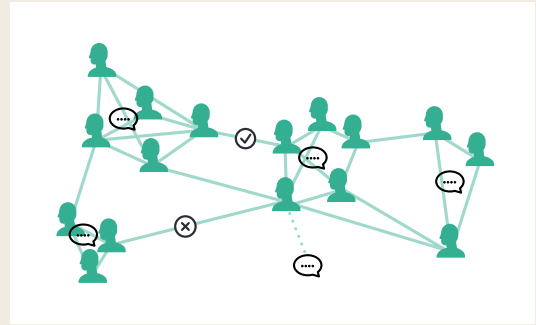
Stap 4: Slimme algoritme

Ronde 1 is afgelopen, alle antwoorden van de deelnemers worden vervolgens met behulp van een slim algoritme uitgezocht en gesorteerd. Antwoorden met een gelijke strekking worden gebundeld voor ronde 2.



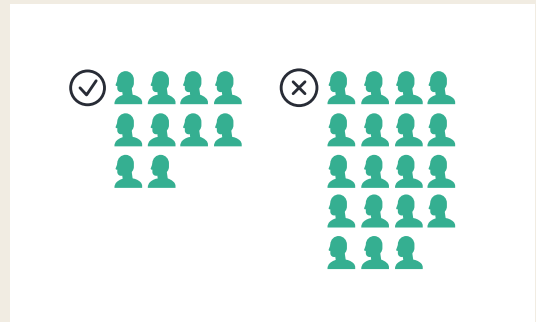
Stap 5: Voortschrijdend inzicht

Ronde 2 gaat van start, de deelnemers hebben er een nachtje (of twee) over geslapen en krijgen dezelfde vragen te zien. Echter, dit keer met 20 anonieme antwoorden van andere deelnemers uit ronde 1 erbij. De deelnemers herwaarderen deze antwoorden, leren van anderen, reflecteren en verrijken de antwoorden eventueel met een toelichting.



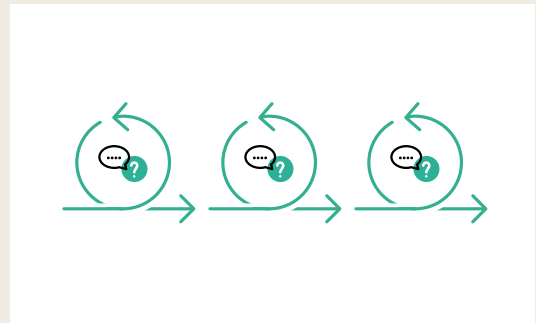
Stap 6: Datagedreven draagvlak

Antwoorden en ideeën met het meeste draagvlak zijn direct zichtbaar. Het is mogelijk om een top 5 en bottom 5 te bekijken met daarin de meest- en minst gewaardeerde antwoorden van de dialoog. Analyseer de resultaten en gebruik deze ter onderbouwing van je advies.



Stap 7: De kracht van herhaling

Begin weer bij stap 1, bevroeg dezelfde thema's of andere vragen bij een andere groep. Kun je geen thema's bedenken? Daar heeft CircleLytics iets op bedacht: Na het beëindigen van de dialoog worden de deelnemers gevraagd om hun eigen ervaring met deze dialoogtool te beoordelen én thema's in te brengen voor een vervolg dialoog. Op deze manier kun je duurzame dialogen faciliteren.



“Geweldig om te zien dat we door de grondige en grootschalige analyse in een korte tijd niet alleen draagvlak voor het verhaal en onze richting regelen, maar tegelijkertijd ook de taal en bevologenheid van de organisatie ophalen.”



Nicoline Meijer, Directeur Marketing en Communicatie bij ROC Midden Nederland