



Communicatiekanalen: Wat en hoe?

WELKE BOODSCHAPPEN WORDEN GECOMMUNICEERD VIA WELK KANAAL?

Voordat jullie aan de slag gaan met het aspect “communicatie” is het belangrijk om eerst in kaart te brengen op welke manier er binnen jullie organisatie op dit moment wordt gecommuniceerd. Jullie analyseren dus best eerst de huidige situatie (zie ook *OPDRACHT communicatiekanalen: wie en hoe?*). Belangrijk hierbij is dat het wat communicatie betreft zeker niet gaat over ‘hoe meer hoe beter’.

In dit schema wordt gevraagd om aan te geven **welke boodschappen** jullie communiceren via **welk communicatiekanaal**. Binnen de boodschappen maken we een onderscheid tussen **sociaal-emotionele thema’s** en **werkgerelateerde thema’s**.

- **Optie 1:** Jullie kunnen bij het invullen van dit schema ook een onderscheid maken tussen **need-to-know en nice-to-know**. Het is niet onlogisch dat boodschappen die iedereen vernomen moet hebben ook via een andere weg worden doorgegeven dan de leuke weetjes of nice-to-knows.
- **Optie 2:** Na het invullen van dit schema kunnen jullie nog kritisch bekijken welke kanalen vooral **de top-down communicatie dienen en welke zich focussen op bottom-up óf horizontale communicatie**. Eventueel kunnen jullie deze in een andere kleur noteren in onderstaand schema, waardoor dit ook gemakkelijker zichtbaar wordt gemaakt.

Voel je vrij om eerst binnen jullie organisatie te bekijken wat de meest logische onderverdeling is wat de types van boodschappen betreft. De onderverdeling zoals wij die hebben gemaakt in dit schema is slechts een voorstel.

Het is ook zinvol om te kijken naar de **zender**. Met name “door wie” wordt deze boodschap voornamelijk gegeven (let wel, dit kunnen meerdere mensen zijn binnen jullie werkcontext).

Vanuit het schema **worden vervolgens een aantal vragen gesteld** die jullie moeten helpen om doelstellingen te formuleren binnen de werksetting. Het schema geeft de input die moet helpen bij het beantwoorden van deze vragen. Inzoomen op en onderscheid maken tussen verschillende doelgroepen is ook van fundamenteel belang. Hiervoor vind je een voorzet bij *OPDRACHT communicatiekanalen: wie en hoe?*

Let wel, dit schema is ontwikkeld om te gebruiken op organisatieniveau, eerder dan op teamniveau.

	SOCIAAL-EMOTIEEEL			WERKGERELATEERD		
	Communicatie over mentale gezondheid (expliciet) Door wie?	Informeel communicatie Door wie?	Motiverende informatie Door wie?	Beleidsinformatie Door wie?	Taakinformatie Door wie?	Personeelszaken Door wie?
Instant messaging (WhatsApp etc)						
Medewerkersapp						
E-mails						
Sociale media (LinkedIn, Facebook, IG, YouTube, Twitter)						
Intranet						
(digitaal) Prikbord						
Teamvergadering						
Enquête tools						
Planningstools						
Chatfunctie						
Interne nieuwsbrief						
Video's/ Webinars Via welk kanaal?						
Focusgroepen						
Face to face gesprek Hoe wordt dit aangemoedigd?						
Terugkerend Logo Zodat mensen de link blijven zien tussen de verschillende acties						
Andere (bijv. ambassadeurs, bijv. flexi bureaus,...)						

