



WAT: EIGENAAR

WAARVAN: KORT & KRACHTIG, GESPECIALISEERD IN INTERNE COMMUNICATIE

WAAROM: ACTIEVE PROMOTER VAN INTERNE COMMUNICATIE OP LINKEDIN EN TWITTER

'IK VIND HET GAAF OM MENSEN TE VERBINDEN'

Elise Harleman (29)

Waarheen?

Ik kom net uit een evaluatiegesprek met T-Mobile. Mijn interim-opdracht als interne-communicatiespecialist is afgerond en we zijn beiden tevreden over het eindresultaat. Vanmiddag heb ik een afspraak bij de Rabobank, waar ik vorige maand een leuk eerste gesprek had. Ik ga nog eens bij ze langs om te peilen of ik wellicht na mijn Indonesië-reis iets voor ze kan betekenen. Ik weet dat zij een interessant IC-vraagstuk hebben, waar ik ze graag bij help.

Waarvoor?

Sinds de komst van social media is de wereld om ons heen veranderd. Communicatie individualiseert. Ieder individu is zender geworden. Ik ben ervan overtuigd dat er meer winst uit IC te halen is als organisaties meebewegen in deze ontwikkeling. Stop met alleen het zenden van de boodschap, investeer in de communicatievaardigheden van management en medewerkers, biedt vrijheid, verantwoordelijkheid, vertrouwen en geef ze interactieve tools als smartphones.

Je bent een fervente IC'er. Je had eerder IC-functies bij Oxxio en Vedior, nu je eigen bedrijf. Wat vind je er zo boeiend aan?

Dat er bedrijven zijn die geen grote en dure reclamecampagnes via massamedia nodig hebben om succesvol te zijn. En dat medewerkers zélf deze reclamecampagnes voeren. Hoe? Goed geïnformeerde, gemotiveerde, trotse medewerkers delen successen met collega's, vrienden, familie en zakenrelaties. Dat dit ten goede komt van het merk

en de klant hoef ik vast niet uit te leggen. Kort & Krachtig heeft de ambitie om bedrijven te helpen met het aanscherpen van hun IC-beleid sinds de komst van social media. Het mooiste resultaat daarbij is een stijging in de medewerkertevredenheid.

Wat deed je precies bij T-Mobile?

Ik verving een vaste medewerker tijdens haar zwangerschapsverlof. Ik was adviseur voor de afdelingen, bladmanager van het personeelsblad en hoofdcontentmanager van intranet. Mijn advies om de homepage van intranet efficiënter in te zetten werd overgenomen en ik mocht dit project vervolgens zelf begeleiden.

Had je een beetje budget?

De positie van interne communicatie binnen T-Mobile is goed. Het belang wordt ingezien en er wordt in geïnvesteerd.

Luisterden de medewerkers en directie? Je bent toch een interimmer...

Het mooie van interim zijn is dat je tijdelijk heel hard nodig bent. Je wordt door collega's als expert gezien en men hoort graag je visie op het vak. Dus ja, er wordt naar je geluisterd.

Wat is het belang van interne communicatie in jouw optiek?

Groot. Zonder olie loopt de motor vast.

Welke interne middelen werken wel en welke niet (meer)?

Dat verschilt. Heeft jouw organisatie de gemiddelde leeftijd van 55 jaar, blijf dan

vooral bij de vertrouwde traditionele middelen en experimenteer voorzichtig. Bij een gemiddelde leeftijd van 25 is mijn advies om volledig interactief en digitaal te gaan. De meeste organisaties hebben te maken met beide doelgroepen. In dat geval is het van belang een gezonde balans in je communicatiematrix aan te brengen. Laat traditionele en nieuwe middelen elkaar versterken. Lees je bijvoorbeeld op Yammer een item waar veel discussie over is? Pak dit op en maak een verdiepingsslag in je personeelsblad. Vraag ook aan de medewerkers zélf hoe ze dit het liefst zien.

Wat irriteert je het meest in het communicatievak?

Oef, dat is best veel! Altijd het ondergeschoven communicatiekindje zijn, het imago dat we de hele dag nieuwsbrieven knippen en plakken, niet betrokken worden bij essentiële veranderingen in een organisatie... Zal ik nog even doorgaan?

Wat drijft je?

Ik vind het gaaf om mensen te verbinden. Op welke manier dan ook.

Als ik dit werk niet zou doen, was ik...

Psycholoog of hogeschooldocent.

Passies?

Mijn lieve familie, vriend en vrienden, Kort & Krachtig, social media, mijn iPhone en reizen.

Levensmotto?

Volg je hart en durf te doen. •