

WIL MICHELS

Het Communicatie Model compact

De tool voor een communicatiestrategie met impact

Boom

WIL MICHELS

Het Communicatie Model compact

De tool voor een communicatiestrategie met impact

Boom

WELKOM

Al lange tijd koesterde ik de wens om een handboekje te maken dat puur de essentie behandelt van wat je moet doen als je met communicatie aan de slag gaat. Geen woord te veel, maar wel met alles wat van belang is.

Het Communicatie Model vertaalt de complexiteit van het communicatievak naar een heldere eenvoud. Die eenvoud doet natuurlijk geen volledig recht aan de werkelijkheid. Mijn werkwijze is: maak de complexiteit eerst eenvoudig om er meer grip op te krijgen en zoek vervolgens de nuance.

Dit handboekje verbindt communicatievragen aan organisatievraagstukken. De koppeling van beide werelden, organisatie en communicatie, resulteert in een sterke strategie en een doelgerichte aanpak. Waar andere modellen geen alomvattende aanpak bieden, komt in Het Communicatie Model alles voort uit drie

blokken: Analyse, Strategie en Aanpak. Deze blokken vormen een fundament voor de twaalf bouwstenen.

De twaalf bouwstenen van Het Communicatie Model bieden overzicht en ook inzicht in wat communicatie voor de organisatie kan betekenen. Daardoor weten jij en ook het management precies waar communicatie voor staat en gaat.

Ik heb het in dit boek vaak over 'het team Communicatie', maar uiteraard zijn er ook veel studenten en eenpitters in kleinere organisaties. Waar ik 'het team Communicatie' schrijf, kun je dus ook 'jij' lezen. Jij bent dan het team en ik ben je maatje.

En dan nu aan de slag!

Wil Michels

INTRODUCTIE

ANALYSE

STRATEGIE

AANPAK

1
Organisatievraag
Communicatievraag

5
Positioneringsstrategie

10
Concept
Content

2
Analyse
van de
organisatie

3
Analyse
van de
omgeving

6
Communicatie-
doelgroepen

7
Communicatie-
doelen

8
Communicatiestrategie

11
Planning

4 Visie op communicatie

9 Accountability

12 Monitoring

HET COMMUNICATIE MODEL: DRIE BLOKKEN, TWAALF BOUWSTENEN

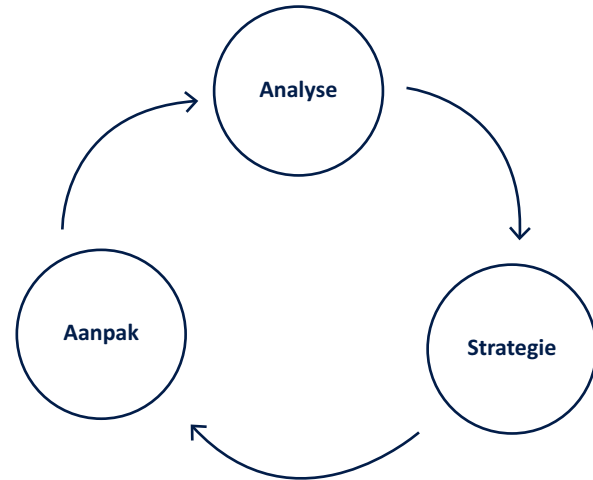
De drie blokken Analyse, Strategie en Aanpak vormen de basis van dit model met twaalf bouwstenen. Of je nu een operationeel plan maakt of een overkoepelende strategie. Of je nu focust op interne of externe communicatie, de twaalf bouwstenen komen altijd aan bod.

Het Communicatie Model heeft een paar essentiële kenmerken:

- Het verbindt organisatievraagstukken met communicatievraagstukken.
- Het geeft communicatiestrategie een duidelijke plaats.
- Het bepaalt de positionering.
- Het dwingt je prioriteiten te bepalen.
- Het erkent het belang van een overkoepelend concept.
- Het ziet content als een belangrijke bouwsteen.
- Het vindt de aanpak een bepalende succesfactor.

ANALYSE, STRATEGIE, AANPAK

Het Communicatie Model start met een gedegen *Analyse* op organisatieniveau en bepaalt daarna de communicatiedoelen en communicatiedoelgroepen



Figuur 1 Drie fundamenteën van Het Communicatie Model

in de *Strategie* waarbij je scherpe keuzes maakt en prioriteiten stelt. Dat leidt vervolgens tot een *Aanpak* waarbij de uitvoering centraal staat. De gekozen aanpak ga je analyseren, evalueren en versterken. Zo blijft de cirkel draaien.

Een strategie en aanpak maak je meestal in enkele rondes want de eerste versie is vaak nog niet heel sterk.

Let er wel op dat alle bouwstenen aandacht krijgen. Dat zorgt ervoor dat je de juiste vragen stelt, niets over het hoofd ziet en dat de bouwstenen een goede samenhang vertonen. Hoe je dat doet, dat is aan jou!

Het Communicatie Model is géén stappenplan, maar een canvasmodel. Zo werk je niet stap voor stap alle bouwstenen af. Je hebt de vrijheid om dit aan te passen aan de opdracht en het project waaraan jij werkt.

Sommige bouwstenen gaan wel voor andere en dat is ook logisch. Je kunt geen strategie bedenken als je de organisatievraag en de communicatievraag niet helder hebt. Je kunt geen aanpak en planning maken als je de strategie niet hebt geformuleerd. Zeggen dat volgtijdelijkheid niet meer bestaat is onzin. Het gaat altijd om een krachtige, strakke lijn tussen analyse, strategie en aanpak.

Maar binnen die logische volgorde ben je vrij.

- Je kunt beginnen met een interne analyse maar ook met een omgevingsanalyse;
- Je kunt eerst de communicatiedoelen bepalen en die toespitsen op de communicatiedoelgroep maar ook eerst de communicatiedoelgroepen bepalen en vanuit daar communicatiedoelen opstellen.

Het Communicatie Model is wél een praktijkmodel. Misschien ben je bekend met andere canvassen zoals Het Strategisch Communicatie Frame van Van Ruler of mijn eigen Communicatie Canvas. Maar wat is nu het verschil?

Het Strategische Communicatie Frame legt meteen alle aandacht op de visie op communicatie en start niet met de organisatie- en communicatievraag. In de praktijk is het wel essentieel te starten met wat speelt in de organisatie en de vraag hoe communicatie kan meehelpen deze problemen op te lossen. Zo krijg je van het management een opdracht voor je aanpak.

Daarnaast is er in het Frame geen aandacht voor de positionering en content en geen vaste plek voor communicatiestrategie. Het is daarom niet zo geschikt om er een strategie of een plan mee te maken. Het Frame is wel erg waardevol in het bepalen van de positie en de rol van communicatie binnen een organisatie.

Mijn Communicatie Canvas komt sterk overeen met Het Communicatie Model maar nu is de strategische kant veel meer aangezet evenals accountability en de aanpak. Dit is echt een volledige, integrale aanpak die de academische benadering combineert met de praktijk uit het werkveld.

OVER DE AUTEUR

Wil Michels is bestsellerauteur van onder andere het *Handboek Communicatie, Communicatiestrategie* en *Fanstrategie*. Door de jaren heen verkregen meer dan 200.000 mensen een boek van hem.

Hij verstaat als geen ander de kunst om complexe zaken helder te verwoorden. In dit compacte handboekje *Het Communicatie Model compact* vat hij al zijn expertise en praktijkervaring samen.

Wil werkte vele jaren als docent Strategisch communicatie bij Fontys Hogeschool. Daarnaast heeft hij ruim dertig jaar een eigen communicatiebureau. Zijn hoofdactiviteit is het geven van masterclasses en workshops over communicatiestrategie, fanstrategie en creatief denken. Zowel aan professionals als aan communicatieteams.

Als trainer werkt hij voor Van der Hilst, SRM, Kortom en de Universiteit van Antwerpen. Tevens is hij een graag geziene gastdocent bij verschillende communicatie-opleidingen in Nederland en Vlaanderen.

De sterke combinatie van het eigen bureau, het werken met communicatieteams in allerlei profit- en non-profit organisaties en het lesgeven in het hoger onderwijs maakt dat hij de theorie zeer direct kan koppelen aan wat actueel is in de praktijk.

No nonsense, creativiteit, humor en een verrassende, concrete output kenmerken zijn aanpak.

Wil je meer weten over waar hij zich nu mee bezig houdt, kijk dan op zijn LinkedIn profiel.

***Het Communicatie Model compact* biedt je een complete en overzichtelijke aanpak waarin visie, strategie en uitvoering samenkomen.**

Dit handzame boekje verbindt organisatievraagstukken aan communicatievragen en combineert strategie met een doelgerichte aanpak. Het resultaat: een alomvattende aanpak met zowel aandacht voor visie als voor analyse, strategie, positionering, creatief concept en contentstrategie.

Het Communicatie Model bestaat uit drie blokken: Analyse, Strategie en Aanpak die als fundering dienen voor 12 bouwstenen. Als je deze 12 bouwstenen uitwerkt, creëer je een zeer solide basis en een scherpe focus waarmee je direct aan de slag kan. Zo is voor iedereen duidelijk waar communicatie voor staat en gaat.

Het Communicatie Model is het resultaat van jarenlange praktijkervaring en nauwe samenwerking met studenten, docenten en professionals die hun eigen waardevolle inzichten met Wil Michels hebben gedeeld. Voor een geslaagde communicatie is het van belang dat organisatiestrategie, communicatiestrategie en acties aan elkaar worden gekoppeld. Met *Het Communicatie Model* is deze aanpak voor iedereen binnen handbereik.

WIL MICHELS is bestsellerauteur van het *Handboek Communicatie*, *Communicatiestrategie* en *Fanstrategie*. Als geen ander is hij in staat om complexe zaken helder te maken. Wil geeft elke week lezingen en workshops over communicatiestrategie, fanstrategie en creatief denken. No-nonsense, humor en een verrassende output kenmerken zijn aanpak.



boom.nl
boommanagement.nl

