



# Verandercommunicatie Moeten? Ik moet helemaal niks!



DIGIVAARDIG  
IN DE ZORG



**Jouw mening, eens of oneens?**

**Ik word  
blij van  
verandering!**



# In de basis houdt NIEMAND van verandering



# Waarom zijn veranderingen moeilijk?



- Mensen willen wel verandering maar zijn minder enthousiast over de **tijd, onzekerheid en inspanning** die het vraagt
- Mensen hebben belang bij **routine**. Geeft **rust**. Het brein zoekt naar **patronen**. Veranderen kost **energie**
- Mensen willen wel veranderen maar **niet veranderd worden** (en verzetten zich daarom tegen dwang)
- Mensen hebben **angst** voor de **gevolgen**
- Mensen zijn **bang** om de **controle** te verliezen, **behoefte** aan **autonomie** en **regie**
- Mensen willen **verbonden** zijn en veranderen kan gevoel **verbondenheid** beïnvloeden
- De **veranderingen** in de zorg gaan **sneller dan we bij kunnen houden**, m.n. door technologie



## Het individu

Ieder mens is ander en heeft eigen oriëntaties en drijfveren.

Is de persoon:

Rationeel, emotioneel, wendbaar, star, extravert introvert, mild of bazig, ordelijk wanordelijk, emotioneel stabiel of instabiel of...?





## De groep

Iedere groep heeft een andere **groepsdynamica**. Vaak is de wil van de groep dominant over de individuele wil. Dus zelfs als een individu gemotiveerd is voor een verandering, kan het zijn dat hij dit opzij zet als de groep negatief reageert.

Daarnaast zijn er **verschillende** groepen met eigen dynamiek en denkbeelden. Sommige groepen hebben de verandering zelf vorm gegeven, of ervaren minder impact op hun werk. Managers meer bezig met de toekomst en belangen terwijl teams met de client en het NU bezig zijn! Peer-to-peer communicatie helpt! De kracht van bijvoorbeeld tech-ambassadeurs!



## De organisatie

De organisatie is het geheel aan groepen, de verschillende invalshoeken van de groepen en de interne en externe context van de organisatie.

Daar spelen twee aspecten een rol:

1. **Urgentie.** Hoe lager het gevoel hoe kleiner de kans dat de verandering lukt.
2. **Context.** Organisatiecultuur, veranderingen terwijl je bezig bent, de samenhang tussen de ontwikkelingen en de borging en dus logica voor medewerkers. Kunnen ze de verandering plaatsen?



## Kunnen, willen, mogen

Of een verandering tot stand komt hangt af van of je iets wil, kan en mag. (Theo Poiesz, 1999)

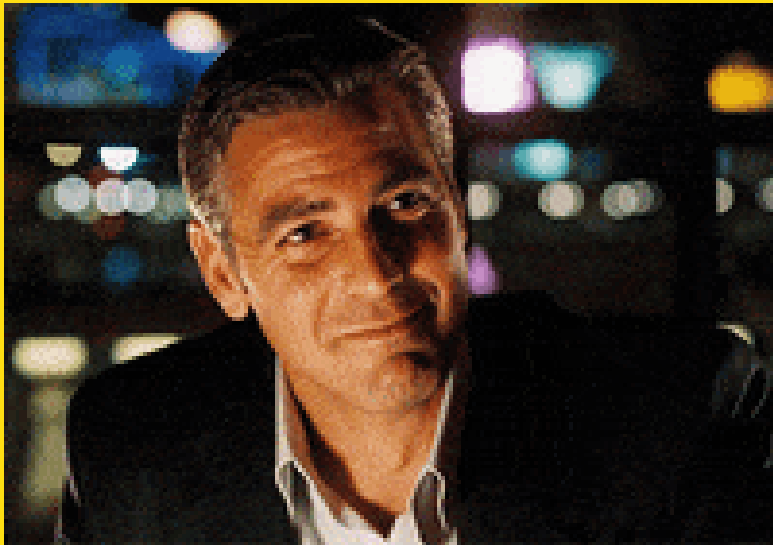
- Iemand moet **willen** veranderen om gedrag aan te passen aan wat de verandering vraagt
- Iemand moet **kunnen** veranderen: heeft iemand de capaciteiten en hulpmiddelen om te veranderen?
- Iemand moet **mogen** veranderen. Wordt het nieuwe gedrag toegestaan? Hoe staat het met de voorwaarden? Is er ruimte, tijd en aandacht?







## Het ideaalbeeld



Welke doelen zouden jullie willen bereiken als het gaat om het meenemen van collega's in digitalisering/ zorgtechnologie/ digitale vaardigheden?



# Het ideaalbeeld



Wat is de grootste verandering die je wilt realiseren in je project?

Welk gedrag vraagt het?



# Nudging kan helpen



Nudging is een motivatietechniek waarbij het gedrag van mensen op een voorspelbare manier wordt beïnvloed, door hen onbewust en ongedwongen te stimuleren tot het maken van een bepaalde keuze. Een kleine interventie zorgt voor een **gedragswijziging**. Vrij vertaald betekent 'nudge' 'een duwtje'. Er wordt een duwtje in de 'goede' richting gegeven. Een cruciaal kenmerk is dat er van dwang geen sprake is. Er is **keuzevrijheid**. Het zorgt er enkel voor dat de ene keuze aantrekkelijker wordt gemaakt.

Welk voorbeeld ken jij?





# Voorbeeld nudging



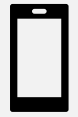


# Voorbeeld nudging





# Voorbeeld nudging





# Voorbeeld nudging





# Voorbeeld nudging





# Nudging: Fun makes it run!





# Hoe kun jij nudging benutten?



- Om aantal printjes te verminderen of
- Gebruik tablet te bevorderen of
- Eigen inlog ECD te bevorderen of
- Noodzaak digitale vaardigheden te verhelferen of .....



# Valkuilen communicatie in verandertrajecten



- Er is onduidelijkheid over urgentie, proces en ambitie
- De verandering is niet vertaald naar afdelingsniveau en/of individueel niveau (te abstract voor de medewerker)
- Of bombarie of radiostilte (na lancering wordt er vergeten te communiceren over proces)
- Er wordt gecommuniceerd vanuit de techniek in plaats vanuit wat het oplevert
- Betrekken gebeurt ad hoc en zonder duidelijk doel (snel iets organiseren zodat mensen het 'gevoel hebben' betrokken te worden)
- Management loopt te ver voor de troepen uit of pakt rol niet in project
- Afspraken, randvoorwaarden, intenties worden niet duidelijk genoeg gemaakt voor de medewerkers
- Er wordt niet (georganiseerd) geluisterd waardoor je niet goed aansluit bij de gebruiker/doelgroep. Houd een vinger aan de pols
- Lijn denkt: communicatie? Daar heb ik toch een afdeling voor?  
Maak duidelijke afspraken wie wat doet.





# Meest gemaakte fout in communicatie:

Feestelijk lanceren en dan:





## Onderscheidende aanpak

**Hoe groter de verandering die je nastreeft,  
hoe afwijkender de aanpak!**

Wil je echt iets anders krijgen zul je ook onorthodoxe middelen moeten gebruiken, die niet per se aansluiten bij wat mensen gewend zijn (als je doet wat je altijd deed, dan krijg je wat je altijd al kreeg!).

Mensen zitten vol. Hoe onderscheid je je communicatie?  
(De poster op de wc-deur valt niemand meer op 😊).



## Draagvlak in alle fases!

Draagvlak is niet alleen nodig bij de implementatie/ kick-off maar in alle fases! Neem mensen mee en zorg dat het niet rauw op hun dak valt! Een contentkalender helpt.



# Gevoel bij digitalisering



“Robots gaan mijn baan overnemen! “

“Ik ben er toch om zorg te leveren, we hebben geen technologie nodig”

“Ik heb gekozen om met mensen te werken”

“Cliënten zitten niet op technologie te wachten”

“We verliezen de kern van ons werk”



“We **moeten** digitaliseren, want de zorg is in gevaar!

“Er komt een arbeidsmarkttekort”

“Er is sprake van dubbele vergrijzing”

We **willen** digitaliseren want dat biedt voordelen voor de medewerker en mooie kansen voor cliënten. Het voorkomt problemen, verbindt, vergroot regie en welzijn. Het past bij onze visie.

Angst, aanmaken remmende stoffen in hersenen.

Vluchtensatie belemmert de inhoud.

“Dat is aantrekkelijk. Daar wil ik me voor inzetten. Ik ga het doen!”

Is ook zwaktebod...je zegt eigenlijk: “Sorry dat we technologie inzetten, als het aan mij lag...”

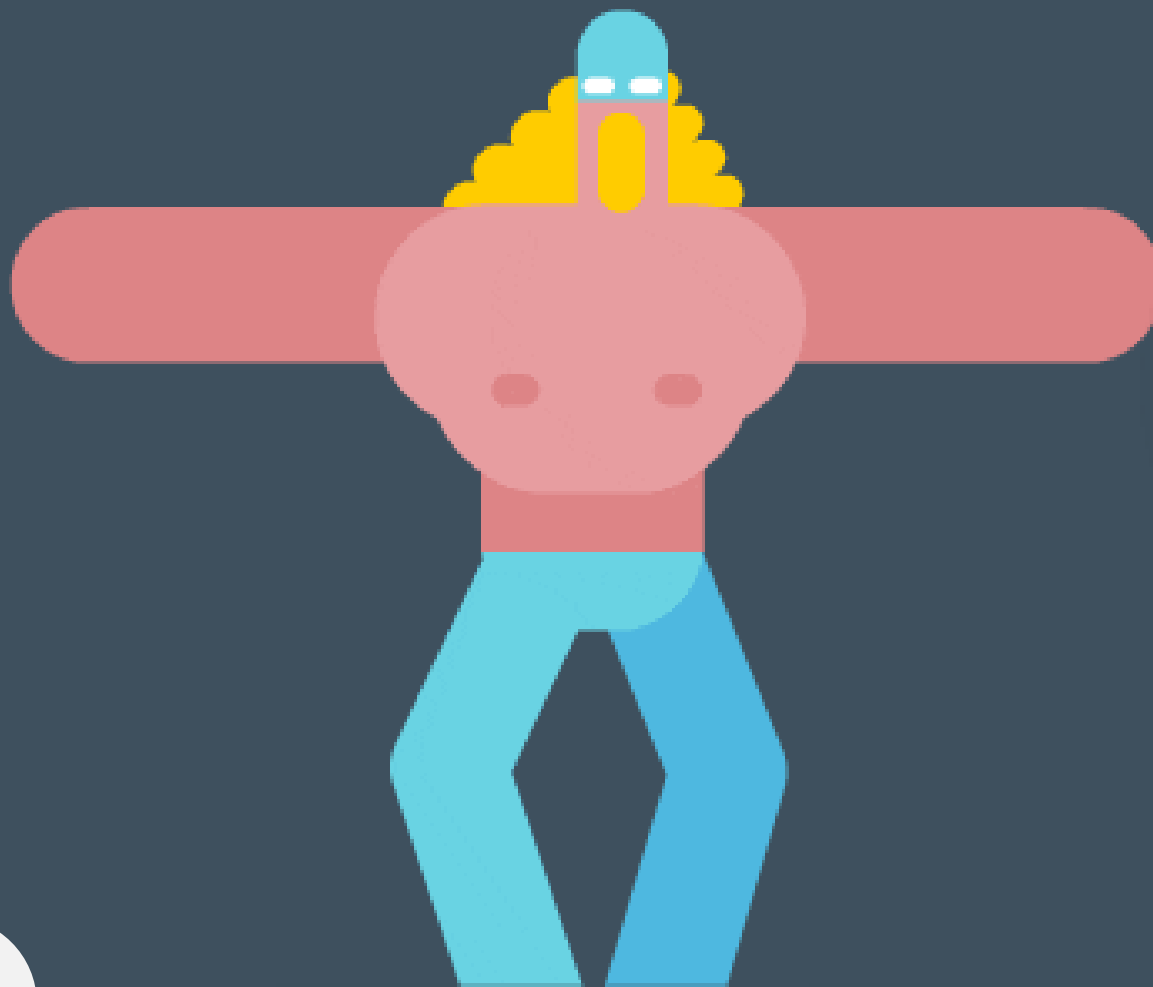


# Niet communiceren vanuit de technologie!

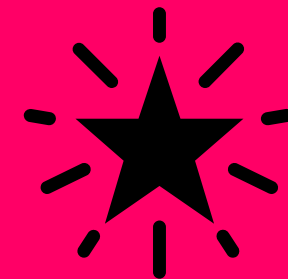




# Hoe ziet dat er uit voor digitale vaardigheden?



# Volgorde communicatie-aanpak



- Mensen moeten weten wat de **visie** is van de organisatie rondom de verandering
- Mensen moeten weten wat het **doel** is van de veranderingen
- Mensen moeten weten wat het **nut** is van de veranderingen (voor hen, voor client en evt. voor organisatie)
- Mensen moeten weten wat hun rol/taak is bij de veranderingen (en welke gedrag daar bij hoort)



# Communicatiemiddelen, kies de mix die past en verrast



## Inspiratie communicatie- middelen

Projectactiviteitenboek  
Een tikje blauw en  
een kloddertje roze

- Kick-off bijeenkomst
- Afsluitingsbijeenkomst
- Intranet
- Digitale nieuwsbrief
- Social media
- Personeelsblad
- Spreekuren
- Onderzoeksrapport of samenvatting
- Excursies
- Productdemonstratie
- Blog/gastblog
- Vlog/gastvlog
- Mededelingenbord
- Brieven
- Podcast
- Wiki's
- Theater werkvormen
- Deurhangers of whiteboardmagneten
- Microbloggen (Yammer)
- Webinars
- Educatief webinar
- Corporate Story
- Infographics
- E-mail-campagne
- WhatsApp-campagne
- Banner
- Tijdschrift of E-zine
- De dag van de ....de week van de....
- Game
- Tutorials
- Werkvorm in teamoverleg of MT
- Bedrijfsbus bekleden
- Informatiepakketje
- Workshop of inspiratiesessie
- Lezing
- Tasjes bedrukken
- Verpakkingen restaurant gebruiken voor sluireclame
- Drukknop of praatspiegel bij koffiezetapparaat met ingesproken tekst
- Kalender
- Quiz
- Persconferentie
- Tentoonstelling
- Ideeënbus
- Benen-op-tafel-sessie
- Een boodschap op het loonstrookje (ja dat kan!)
- FAQ's
- Tekst op een tegeltje
- Helden creëren
- Cadeaubon voor gratis advies/training
- Paneldiscussies/ Lagerhuisdiscussies
- Symposium
- Hoesjes om fietszadels
- Werkontbijt
- Brainstormsessies
- Open Space
- Creëren mystiek
- Praatplaat
- Cartoons
- Whiteboard animation
- Pecha Kucha presentaties
- Posters
- T-shirt of polo bedrukken
- Videojournaal
- Happy Wall
- Museum van Oud & Nieuw gedrag
- Ansichtkaart
- Grappige advertentie
- Folder
- Online radio-uitzending
- Bureaubladachtergrond
- Muismat
- Etalage/vitrinekast inrichten
- Factsheet
- Persbericht
- Persconferentie
- Beurs
- Festival of festival of kennisbootcamp
- Keycord bedrukken
- Cookies bakken (logo of projectnaam)
- Inloopspreekuur
- Fotoshoot
- Button of badge bedrukken
- Stickers
- Enquête/poll
- Billboard
- Checklist
- Wedstrijd
- Jingle of liedje
- Rondetafelgesprek
- Theatervoorstelling
- Introductieboekje of e-book-Rondleiding
- Verkeersbord maken
- Beeldschermcommunicatie

# Communicatiekalender



- Maak in drietallen een **contentkalender** van 3 maanden voor communicatie richting je collega's (voor de fase waar jullie in zitten.)
- Wat ga je hoe en wanneer communiceren met wie?
- Presenteer het aan elkaar (drietal aan drietal) en vul aan na feedback!

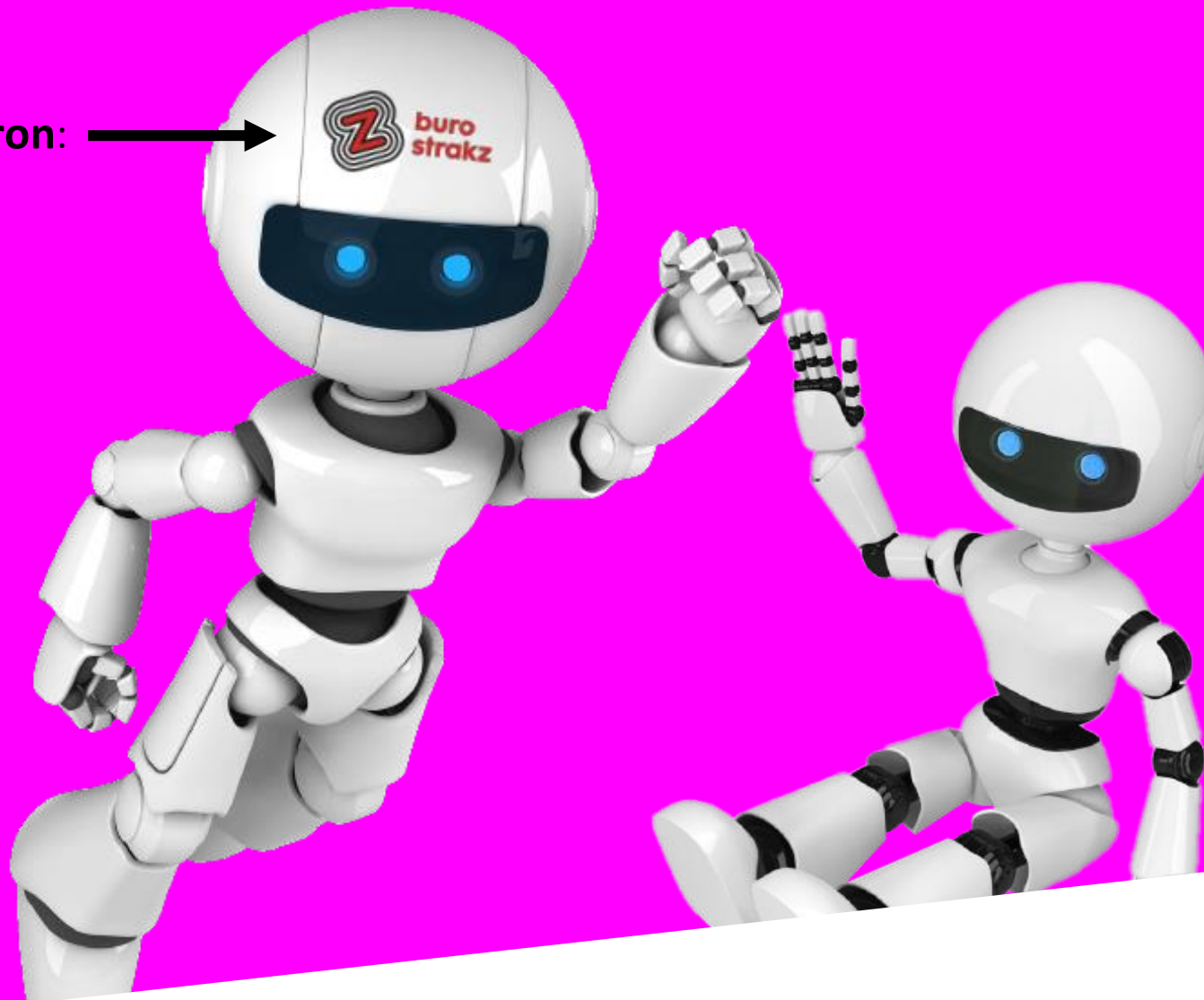


# Veel succes in de praktijk!

Bron:



 buro  
strakz



DIGIVAARDIG  
IN DE ZORG