

MAATREGELN LEVEND MAKEN EN HOUDEN

Tips om maatregelen op een leuke manier aan de man te brengen.

Maak tijd om na te gaan hoe medewerkers een oude of nieuwe maatregel beleven. Dat kan door het te agenderen op een personeelsbijeenkomst of een teamvergadering. Of vraag schriftelijke feedback. Waarover zijn ze enthousiast? Waardoor voelen ze zich aangesproken? Wat zijn hun weerstanden en angsten? Welke verlangens, behoeften en waarden zitten daarachter? Hoe kun je daar toch aan tegemoetkomen?

Herhaal de **achterliggende waarden, principes en kernboodschap** van de maatregel via alle mogelijke kanalen en op alle mogelijke manieren. Zet je hoofdboodschap om in een pakkende slogan of een gedicht. Of maak beelden, verhalen, logo's of tekeningen van de boodschap en van de achterliggende waarden en principes. Vertaal ze in typerende en ludieke oneliners. Betrek daar je creatieve collega's bij of maak er zelfs een wedstrijd van. En gebruik ze:

- op overlegmomenten.
- als watermerk of sjabloon voor brieven, verslagen of memo's.
- als afbeelding op gebruiksvoorwerpen: bladwijzers, bureauonderleggers, balpennen, drinkbekers.
- op het intranet met interviews over vordering van het proces, krantenartikel met aandachttrekkende kop of uitgewerkte persoonlijke getuigenis.
- in een mailcampagne, nieuwsbrief of personeelsblad: maak een veranderkrant, speciaal voor je nieuwe maatregel.
- in een sociale mediacampagne: maak een digitaal forum waar je acties aankondigt, naar meningen vraagt of mensen warm maakt voor je project.
- op postkaarten met telkens vooraan één waarde of sleutelwoord en achteraan een woordje uitleg over de betekenis ervan of een verhaal over wat de waarde concreet betekent in de job. Op de achterkant kan de ontvanger zelf suggesties doen om de waarde in de organisatie zichtbaar te maken. Waarna het kaartje met de binnenpost of een speciaal ontworpen brievenbus zijn anonieme weg naar het management vindt.
- op posters: hang ze op de binnendeur van het toilet. Zeker weten dat ze bekeken worden.
- op elektronische kaartjes met een link naar een pagina op het intranet met meer uitleg. Intussen telt de software elke week het aantal lezers én doorklikkers, zodat het management de campagne kan bijsturen waar nodig.

- in een verhaal, een toneel, musical, gedicht of lied op een personeelsbijeenkomst. Om de verschillende elementen van de maatregel op een meeslepende en amusante manier over te brengen.
- in een quiz of personeelsspel.
- als basis voor een interview over onderdelen van de maatregel: bijvoorbeeld hoe ze die ervaren in de praktijk. Zet dat in het werk-tijdschrift.
- als inspiratie voor een stickerrazzia. De kernboodschap is bijvoorbeeld 'waardeer elkaar'. Maak dan stickers of grote etiketten met een afbeelding van een handafdruk en de tekst 'schouderklopje hier' en je bestormt de verschillende afdelingen en plakt bij alle medewerkers en cliënten de sticker op de schouder.
- in een complimentencampagne: iedereen deelt 40 dagen complimenten uit voor gedrag dat in de lijn ligt met de maatregel; elke persoon zorgt voor minstens één compliment per dag; Probeer er aan alle collega's en alle cliënten van de afdeling minstens één te geven; Maak per persoon een postbus.