



IDENTITY DIALOGUE

HET GESPREK VOEREN OVER JE ORGANISATIE IDENTITEIT

PRODUCT PAPERS - ACHTERGROND

Dit product paper maakt deel uit van een serie van vier over het ontdekken van het bestaansrecht van je organisatie.

De serie is als volgt opgebouwd:

1. Identity Assessment – het bestaansrecht van jouw organisatie ontdekken
2. Identity As a Service – duurzaam bouwen aan jouw organisatie identiteit
3. Identity Dialogue – het gesprek over je bestaansrecht aanwakkeren en levend houden
4. Identity Monitoring – zichtbaar maken waar je staat in het realiseren van je identiteit

DIALOOG: DE KRACHT VAN INTERACTIE

Bij het ontdekken van je bestaansrecht is het van ongekend belang dat je elkaar verstaat. De juiste vragen stellen. Elkaars hart proeven. Weten waar de drijfveren van je collega's liggen. Na 15 jaar ervaring weten we inmiddels als geen ander dat het belangrijk is dat collega's elkaars antwoorden zien en verstaan. Door deelgenoot te zijn van de drijfveren van je collega's kun je de tekst van een identiteitsbewijs beter plaatsen.

Interactie doet er dus toe: live meeluisteren met elkaar en elkaar de vragen stellen die ertoe doen. Maar hoe breng je interactie tot stand in een team van 300 collega's? Kan dat? Ja. Dat kan. Met Identity Dialogue.

WAT IS IDENTITY DIALOGUE?

Deelnemers die via hun eigen smartphone realtime antwoord kunnen geven op de vraag van een gespreksleider. Het aantal deelnemers varieert grofweg van tien tot enkele honderden deelnemers. Deze digitale infrastructuur zorgt ervoor dat deelnemers zich kunnen aanmelden op een webpagina en hun unieke bijdrage kunnen leveren. Zo zien alle deelnemers in een oogopslag welke antwoorden er zijn gegeven.



WANNEER ZETTEN WE IDENTITY DIALOGUE IN?

We zetten Identity Dialogue in voor een aantal doeleinden:

1. Het systematisch ophalen van input voor het identiteitsbewijs
Soms is het verstandig om Identity Dialogue in te zetten als alternatieve aanpak voor een vragenlijst. Bijvoorbeeld als de medewerkers elkaar (nog) niet zo goed kennen. Of als er sterke mate van 'tribing' is binnen een organisatie. Op zo'n moment zorg je dat je medewerkers (en wellicht ook andere stakeholders) bij elkaar zet en de dialoog aangaat over de identiteit van je organisatie.
2. Het verrijken van de identiteit met verdiepingsvragen
Identity Dialogue wordt meestal ingezet nadat een eerste analyse is verricht op eerdere input van medewerkers (bijvoorbeeld aan de hand van een eerdere digitale vragenlijst die individueel is ingevuld). Vaak ontstaan er een aantal verdiepingsvragen die dialoog vereisen (bijvoorbeeld: "Zijn wij een dienstverlener of een goed doel? En wat verstaan we onder beide?"). Tijdens een verrijkingsbijeenkomst stellen we de deelnemers in staat om weloverwogen keuzes te maken over de identiteit en de consequenties van die keuzes te doordenken.
3. Het doorvertalen van een gekozen identiteit
Als de gekozen identiteit van een organisatie al bepaald is, wil je samen vaststellen wat er verandert voor je organisatie: hoe richten we onze HRM in? Onze marketing? Welk gedrag past er bij onze identiteit? Vragen om de dialoog over aan te gaan en in gezamenlijkheid scherpe besluiten over te nemen. Zodat de hele organisatie zichtbaar gaat staan voor de ingezette weg.

WELK EFFECT HEEFT IDENTITY DIALOGUE?

Gemeenschappelijk gedragen keuzes. Dat is het kortste antwoord. Je was erbij toen de vragen gesteld werden. Je hebt gezien wat je collega's hebben geantwoord. Dat maakt het voor een bestuurder scherp waar draagvlak in een organisatie zit. Daarnaast biedt het instrument ons de mogelijkheid om door te vragen. Als we ons verwonderen over een uitkomst, dan kunnen we verdiepingsvragen stellen. Daarmee heeft het de ideale combinatie tussen diepgang en schaalbaarheid.

Tot slot: de uitkomsten van Identity Dialogue worden standaard door ons in een rapportage in pdf-formaat samengevat en ter beschikking gesteld aan onze opdrachtgever.

WANNEER MOET IDENTITY DIALOGUE NIET WORDEN INGEZET?

Er zijn een aantal scenario's denkbaar waarin we het organisaties afraden om met Identity Dialogue aan de slag te gaan. Bijvoorbeeld als je verwacht dat collega's oude stokpaardjes of nog niet vereffende rekeningen tevoorschijn gaan halen. Of als je verwacht dat de bestuurder een sterkere inhoudelijke lijn voorstaat dan het overgrote deel van de medewerkers. Veel van deze

belemmeringen zijn goed te ondervangen door zorgvuldig na te denken over de vraagstelling en de gewenste uitkomst. En daar heb je de mensen van de Betekenisfabriek voor.

We zetten Identity Dialogue alleen in in de context van Identiteitsmarketing en onder regie van een professional van de Betekenisfabriek. Dit instrument wordt niet afzonderlijk aangeboden.

AAN WELKE TECHNISCHE EISEN MOETEN WE VOLDOEN?

We vertellen je graag over de technische randvoorwaarden om Identity Dialogue goed te laten werken. Maar je mag ervan uitgaan dat die eisen minimaal zijn. We begrijpen dat niet iedereen de nieuwste smartphone heeft en dat er mensen zijn die niet veel op hebben met techniek. Daarom is het instrument eenvoudig in gebruik. Hoe groot je groep ook is.

MEER WETEN?

Stel je vragen aan Wouter.

Wouter@debetekenisfabriek.nl, of bel 06-15 56 99 56.