

VAN ORGANISATIE NAAR BEWEGING

samen zetten we een vakgebied neer

Het benoemen van de identiteit van je organisatie geeft een goed gevoel. Het gevoel dat de wereld iets zou missen als jullie er niet zouden zijn.

Jij en je collega's hebben onder woorden gebracht wat jullie bindt en wat je organisatie uniek maakt en waarde geeft. Het maakt je trots.

Bij zo'n organisatie wil je horen.

Maar wat doe je daarna? Gewoon doorgaan en doen wat je altijd deed? Nee. Je gaat op zoek naar manieren om de unieke identiteit van jouw organisatie nog beter tot haar recht te laten komen. Door helder te communiceren, door nieuwe mensen aan je te binden en door te sturen op het waarmaken van je belofte.

Dat klinkt best eenvoudig toch? De praktijk leert dat het waarmaken van je identiteit vraagt om een nieuwe manier van kijken en denken. En om mensen die de hele organisatie scherp kunnen houden op het waarmaken van je identiteit. Mensen zoals jij.

Foundation Programme

In deze leergang maak je kennis met de belangrijkste basiselementen van het vakgebied van de CIO. Zodat je een eigen visie op het vak kunt ontwikkelen.

Deze leergang noemen we de foundation. Kernelementen zijn identiteit, strategie, organisatieontwikkelingen. Daarnaast zullen we ingaan op je personal brand en jouw unieke bijdrage aan het vakgebied en je organisatie.

Zie voor meer informatie over het vervolg op deze leergang aan het einde van deze brochure: het Practitioner Programme

CHIEF IDENTITY OFFICER: *ben jij er één?*

Niet iedereen is uit het juiste hout gesneden om de rol van CIO te vervullen. In deze leergang willen we je toerusten om de basis van het vakgebied te leren kennen. We werken aan het volgende, respectievelijk verwachten van je:

1. Je doet niet alleen, je BENT het.

Als CIO geloof je volledig in de (toekomstige) belofte van jouw organisatie. Je hebt de overtuiging dat de samenleving gebaat is bij het bestaan van jouw organisatie en bent gedreven jullie belofte waar te maken.

2. Vanaf jouw plaats heb je overzicht en invloed.

Je bevindt je op een plaats in je organisatie waarin je overzicht hebt.

Je spart met de bestuurder, je weet wat de ontwikkelingen in je klantenkring of achterban zijn en je staat op goede voet met je collega's en bent in staat hen vanuit andere perspectieven te laten denken.

3. Je bent scherp in analyse en creatie.

Weten wat er aan de hand is en in staat zijn om iets op te bouwen wat er nog niet is. Dat is wat echte CIO's kenmerkt. Vaak gaat dat gepaard met een onderzoekende houding en natuurlijk leiderschap.

BOUWSTENEN

We gaan uit van de 'Universitas-gedachte': je gaat zelf met het aangereikte studiemateriaal en de bouwstenen aan de slag en je verrijkt dit in je eigen organisatie, zodat zowel deelnemers als (gast)docenten deel gaan uitmaken van een leergemeenschap of community.

De belangrijkste bouwstenen zijn:

De essentie van identiteit

Je beschrijft zowel je eigen personal brand als de identiteit van de organisatie. Je ontdekt wat identiteit is en hoe het in organisaties de meest cruciale rol vervult. Het gaat ook over onderscheidend vermogen en identiteit als drijvende kracht in de organisatie.

De essentie van strategisch denken

Ontdek welke denkstijlen er zijn en hoe je strategisch denken eigen kunt maken voor de organisatie. Je ontdekt dat strategisch denken en 'gewoon doen' hand in hand gaan.

Het doorgronden van organisatiegedrag

Mensen veranderen niet graag terwijl dat juist de essentie is van het vak en de rol van de CIO. Welke elementen spelen een rol en hoe behulpzaam zijn de inzichten uit de framing- en adoptietheorie? Welke interventies moeten nu juist wel en welke juist niet gedaan worden? Hoe kun je de juiste veranderaars in je organisatie ontdekken en inzetten?

Bestuurscultuur vanuit identiteit

Het is een vak apart om heel verschillende typen bestuurders en directies te ondersteunen in hun zoektocht naar het laten leven van de identiteit. Kruipt in de huid van de bestuurder en zie waar afbreukrisico zit voor de doorontwikkeling van de identiteit. Speciale gesprekstechnieken komen hierbij aan de orde.

De meerwaarde van identiteitsmarketing

Hier ontdek je de kracht van het waardevol positioneren, extern en intern. Kennis van de markt en drijfveren van medewerkers en klanten (profielen) alsmede instrumenten om de markt in kaart te brengen. Welke marketingstrategieën zijn er te ontwikkelen? Welk wenkend perspectief is te creëren? Ook zal je ontdekken welke rol (big) data vervullen bij je rol als CIO.

De betekenisvolle samenleving

De CIO richt zich in eerste instantie niet op het gat in de markt, maar op het gat in de maatschappij. Daaraan wordt het bestaansrecht van de organisatie verbonden. Dat vraagt een andere benadering van medewerkers en andere stakeholders.

We zullen het verschil in een organisatie, beweging of gedachtegoed behandelen met klanten als ambassadeurs. Relevante management- en marketinginstrumenten.

Het kunnen ontwikkelen van een eenvoudig dashboard waarop je de voortgang van de implementatie kunt meten.