



Middagje communicatie...

Nuttig en inspirerend zeggen ze meestal, de bestuurder, toezichthouder, manager of ondernemer met wie ik een middagje heb zitten klankborden over de communicatie van hun organisatie. Soms als verkenning voor een groter project. Maar vaak juist helemaal 'los', om eens objectief te kijken naar problemen, ideeën, plannen of bestaande communicatiestructuren.

Het gaat dan bijvoorbeeld over:

- Hoe is – of wordt – de communicatie aangepakt en ingericht, inhoudelijk en organisatorisch; de aansluiting met visie, missie en beleid.
- Welke teksten staan er op papier, wat is de kernboodschap.
- Hoe is het gebruik van de website, van nieuwe media.
- Hoe is verhouding met stakeholders en hun belangen, met de maatschappelijke omgeving.

Wie is de gesprekspartner?

Ik stel mij voor: Piet Hein Cramer, ruim 30 jaar als adviseur en 'hands on' actief voor grote en kleine ondernemingen, zorginstellingen, stichtingen/fondsen en brancheorganisaties. Vroeger met een eigen full service-bureau, nu zelfstandig gevestigd. Het grootste plezier beleef ik aan het snel en compact op de rails helpen en stimuleren van communicatie. In een analytische combinatie van aloude principes, lange ervaring en de technieken in moderne tijden.



Hoe is de aanpak?

Na een eerste contact of telefoongesprek bereid ik mij voor op een 'Middagje communicatie' met oriëntatie (via internet) op de organisatie en zijn in- en externe omgeving. Hierbij heb ik in mijn achterhoofd de essentie van communicatie in wijsgerige zin: alle dingen bezien door de ogen van de ander. Verder ga ik niet. De ervaring leert dat de meeste – wederzijds! – inspiratie snel groeit in het gesprek zelf, door antwoorden op vragen van een 'ouwe rot' die vervolgens zaken creatief kan plaatsen of omkeren. 'Cramer's Law' is dit vaak genoemd. Voor een 'Middagje communicatie', met voorbereiding, reken ik 750,- euro (excl. reis en BTW).