

Besturen met impact

De coalitie is gevormd; het coalitieakkoord ligt klaar. De nieuwe bestuurders hebben – gezamenlijk en individueel - beloftes aan inwoners gedaan. Nu moeten ze ook waargemaakt worden! De eerste 100 dagen zijn cruciaal om je als bestuurder individueel, maar óók als collectief goed te positioneren. Welke beloftes moeten zo snel mogelijk nagekomen worden en wat kan nog even wachten? Wie heb je daarvoor nodig? Welk verhaal vertel je? Om in deze eerste periode proactief te blijven, de touwtjes stevig in handen te houden, is een gestructureerde kickstart onontbeerlijk.

Wat wij aanbieden: een positioneringsstrategie voor bestuurders

Stap 1: Bestuurder met signatuur

Naast gezamenlijke ambities, zoals verwoord in het coalitieakkoord, heeft iedere individuele bestuurder ook eigen ambities en drijfveren. Het optimaal combineren van beide (collectief en individueel) is één van de sleutels tot succes. Immers: elke bestuurder geeft op zijn/haar eigen wijze uitvoering aan het coalitieakkoord. Via een gestructureerd vraaggesprek met elke bestuurder afzonderlijk brengen wij de drijfveren én de persoonlijke bestuurs- en communicatiestijl van de bestuurder naar boven. Dat doen wij op zo'n manier dat de persoonlijke kracht van de bestuurder maximaal inzetbaar wordt voor de inhoudelijke opgaven uit het coalitieakkoord.

Stap 2: Positioneringsstrategie per bestuurder

Om snel meters te kunnen maken, is het van groot belang om persoonlijke ambities te koppelen aan de inhoud. De inhoud van het coalitieakkoord én van reeds lopende of nieuw op te starten dossiers. In een sessie met direct inhoudelijk betrokkenen (de bestuurder zelf en zijn/haar belangrijkste adviseurs) maken we die koppeling. We analyseren de stakeholders die er écht toe doen; die een rol spelen in het waarmaken van beloftes. Van daaruit ontwikkelen we een strategie per inhoudelijk thema: waar zitten quick wins, wat heeft meer tijd nodig, welke communicatieve koers varen we?

Het resultaat:

Een persoonlijke – strategische maar vooral ook pragmatisch ingestoken – strategie voor een eerste periode, die de bestuurder houvast geeft bij de eigen positionering. Inclusief een 'verhaal met signatuur' en een overzicht van bijbehorende stakeholders.

De investering:

Het geschetste traject vraagt enerzijds om een tijdsinvestering door betrokken bestuurders van twee keer een dagdeel. Ook ambtelijk wordt gevraagd om een tijdsinvestering: bij stap 1 is de woordvoerder/bestuurlijke adviseur aanwezig bij de sessie én levert hij of zij specifieke input ter voorbereiding; bij stap 2 geldt dit ook voor de inhoudelijk belangrijkste adviseurs en/of managers. Beck Communicatie zorgt voor de voorbereiding van de gesprekken, de gespreksfacilitering én de uitwerking van de gesprekken tot een persoonlijke positioneringsstrategie. De totale kosten hiervoor bedragen € 2.000,- (excl. BTW) per bestuurder.

Mogelijk vervolg: Eén strategie voor het coalitieakkoord

Stap 3: Positioneringsstrategie college van B&W

De individuele verhalen en positioneringsstrategie per bestuurder zijn helder – nu is het zaak om ervoor te zorgen dat deze zaken elkaar versterken; dat het geheel meer is dan de som der delen en een samenhangende strategie voor het totale coalitieakkoord vormt. In een sessie met het voltallige bestuur analyseren we welke positionering het college in het coalitieakkoord inneemt ten opzichte van diverse stakeholders. Daarbij analyseren we tegelijkertijd welke stakeholders betrokken zijn in de opvolging van beloftes in de eerste 100 dagen. Zo ontstaat een gezamenlijk beeld over hoe het bestuur in die eerste periode voelbaar en merkbaar naar buiten kan en wil treden.

De sessie leidt tot een algemeen bestuurlijke positioneringsstrategie voor de eerste periode. Op basis hiervan kan directe (communicatieve) ondersteuning worden vormgegeven voor het bestuur als geheel en voor bestuurders individueel. Even zo belangrijk is deze positioneringsstrategie voor de interne betrokkenen: ook voor managers, beleidsambtenaren en projectleiders kan de strategie dienen als kapstok voor inhoud, vorm en prioritering.

Het resultaat:

Een collectieve positioneringsstrategie voor de eerste 100 dagen waarmee het college zich, als geheel en op basis van de persoonlijke ambities van de individuele bestuurders, positioneert ten opzichte van haar stakeholders. Een optimaal resultaat kan uiteraard alleen bereikt worden, als voor alle bestuurders ook de stappen 1 en 2 doorlopen zijn.

De investering:

Van het college van B&W (inclusief de gemeentesecretaris) wordt een tijdsinvestering van een dagdeel verwacht. Beck Communicatie faciliteert de sessie met twee personen en zorgt voor de voorbereiding en de uitwerking van de sessie tot een collectieve positioneringsstrategie. De kosten voor deze collectieve positioneringsstrategie bedragen € 2.000,- (excl. BTW).

Wie wij zijn: Beck Communicatie

Bestuurders geven vanuit hun passie en ervaring richting aan maatschappelijke opgaven. Vanuit de impact die zij willen bereiken in de samenleving bewegen zij zich in allerlei netwerken. Deze (communicatieve) momenten en interventies doen er toe. Bestuurders hierover adviseren en ondersteunen, is de adviseurs van Beck Communicatie vertrouwd. Dat is ons dagelijks werk; uitgevoerd volgens de laatste inzichten, passend bij de uitdagingen van deze tijd.

Frank Beck is van huis uit politicoloog en inmiddels zo'n 25 jaar werkzaam in communicatiefuncties bij en met overheden. De dagelijkse advisering van bestuur en management is zijn specialisme.

Evelyn Reynen adviseerde als communicatieadviseur en woordvoerder bestuurders en management van lokale, regionale en landelijke overheidsinstanties. Crisiscommunicatie is één van haar expertisegebieden.

Lena van Gastel werkte jarenlang als communicatiestrategen bij een grote gemeente en stond aan de wieg van de Factor C methodiek (communicatie in het hart van beleid brengen). Ze promoveerde in 2013 op het thema 'besturen in transitie van de zorg'.