

Succesvol starten met digitale gegevensuitwisseling:

Communicatietips

Intro

Het implementeren van digitale gegevensuitwisseling heeft impact op uw werkprocessen. Zowel intern als in de samenwerking met ketenpartners verandert de manier van werken. Om dit proces soepel te laten verlopen, is het essentieel om uw medewerkers goed mee te nemen in deze veranderingen. Effectieve interne communicatie speelt hierbij een sleutelrol. Dit begint al bij de start van uw project!

In dit document delen we praktische tips en adviezen om uw communicatie rondom de invoering van digitale gegevensuitwisseling succesvol te maken. Hierbij ligt vooral focus op de interne communicatie.

We wensen u veel succes!

Betrek uw communicatieafdeling bij de start van uw project

Het is een goed idee om uw communicatieafdeling al bij de start van het project te informeren. Samen kunt u bepalen of hun betrokkenheid direct nodig is of op een later moment. De communicatieafdeling kan bijvoorbeeld een communicatieplan opstellen dat helpt om helder te maken wie, wanneer, met welke boodschap, en via welke kanalen geïnformeerd of betrokken moet worden. Uw doelgroep zal voornamelijk uw interne medewerkers/ collega's zijn.

In een communicatieplan kunnen onder andere de volgende onderdelen staan:

- **Communicatiedoelstellingen:** Wat wilt u bereiken met de communicatie?
- **Communicatiedoelgroepen:** Denk aan interne en externe doelgroepen. Intern zijn er bijvoorbeeld direct betrokken medewerkers en collega's die alleen geïnformeerd hoeven te worden. Een stakeholderanalyse kan hierbij nuttig zijn.
- **Interne communicatiemiddelen en kanalen:** Denk aan updates via werk- en teamoverleggen, nieuwsbrieven, intranet, interne bijeenkomsten, enzovoort.
- **Planning van communicatieactiviteiten:** Zorg voor een overzicht van wanneer welke activiteiten plaatsvinden.

Met een goed communicatieplan creëert u duidelijkheid en betrokkenheid binnen uw organisatie.

Informeer én betrek uw medewerkers

Wanneer een project in uitvoering gaat, is het belangrijk om vooral de direct betrokken medewerkers en de teams of afdelingen die het project raakt, goed te informeren. Hun werkprocessen veranderen en u wilt hen hier tijdig in meenemen om draagvlak te creëren.

De rol van leidinggevenden in communicatie

Leidinggevenden spelen een cruciale rol in de communicatie rondom een project. Zij dragen niet alleen de belangrijkste boodschappen uit, maar laten ook zien dat zij het project steunen. Dit geeft richting en versterkt het draagvlak binnen de organisatie. Om draagvlak te creëren, is het belangrijk om helder te maken wat het project oplevert. Communiceer waarom het project belangrijk is (het doel) en wat de voordelen zijn voor medewerkers én patiënten. Daarnaast helpt het om een duidelijk proces te schetsen: welke stappen worden gezet, wat zijn de mijlpalen, en wat is de huidige status?

Van informeren naar betrekken

Naast informeren is het essentieel om medewerkers actief te betrekken. Creëer ruimte voor interactie: ga niet alleen zenden, maar zoek de dialoog. Geef medewerkers de gelegenheid om vragen te stellen en betrek hen, waar mogelijk en wenselijk, in het veranderproces.

Duidelijkheid en consistentie

Wees transparant in uw boodschap en zorg voor herhaling om de kernboodschap goed over te brengen. Herkenbare mijlpalen in het project kunnen dienen als ideale communicatiemomenten. Denk hierbij aan aankondigingen in overleggen of een demo om medewerkers actief te betrekken.

Een goed geplande communicatie rondom mijlpalen maakt het project niet alleen inzichtelijk, maar ook inspirerend voor alle betrokkenen.

Externe communicatie - optioneel

Betrek ketenpartners en eventueel uw softwareleveranciers bij uw communicatie

Wilt u laten zien dat uw organisatie aan digitale gegevensuitwisseling doet? Zorg er dan voor dat u ook uw ketenpartners en eventueel ook uw softwareleveranciers betrekt. Dit versterkt de boodschap en benadrukt het gezamenlijke karakter van het initiatief. Bij ketencommunicatie zijn de volgende punten belangrijk om af te stemmen:

- **Eenduidige boodschap:** Stem met alle ketenpartners af hoe de boodschap helder en consistent wordt gecommuniceerd.
- **Samenwerking benadrukken:** Laat zien dat het een gezamenlijk initiatief is. Dit versterkt de boodschap en het draagvlak.
- **Gebruik gezamenlijke kanalen:** Benut de communicatiekanalen van alle betrokken partijen, zoals sociale media, en tag elkaar in berichten.
- **Pers- en nieuwsberichten:** Zorg voor een persbericht en nieuwsberichten op de websites van de betrokken partijen bij de start en afronding van het project. Deel deze berichten ook via sociale media.
- **Updates in nieuwsbrieven:** Informeer via interne en externe nieuwsbrieven.
- **Afstemming van communicatieplanning:** Maak duidelijke afspraken over het tijdstip en de datum van communicatie-uitingen.
- **Aanspreekpunt vastleggen:** Stem af wie het aanspreekpunt is voor bijvoorbeeld vragen van de pers. Door duidelijke afspraken te maken en samen te werken met uw ketenpartners, creëert u een krachtig en samenhangend communicatiesignaal naar de buitenwereld.