

draagvlak meten voor verandertrajecten

In de praktijk blijkt dat circa 70% van de verandertrajecten de oorspronkelijke doelstellingen niet haalt. Geen of te weinig draagvlak onder de betrokkenen is één van de belangrijkste oorzaken. ProCom meet de kans op de gewenste gedragsverandering (het draagvlak) en levert concrete verbeterpunten. Wetenschappelijk onderbouwd.

In onze visie is een verandertraject geslaagd wanneer de doelstellingen van de Business Case zijn behaald. Daarvoor is bijna altijd een gedragsverandering bij de doelgroep vereist.

Creëer draagvlak

ProCom staat voor Project Communicatie: communicatie tussen projectverantwoordelijken en de mensen die geraakt worden door de effecten van het project. In veel projecten is het realiseren van een gedragsverandering de belangrijkste succesfactor, bijvoorbeeld Het Nieuwe Werken, klantgericht werken, of werken met een nieuw product, proces of softwaresysteem. Voor duurzame gedragsverandering is draagvlak noodzakelijk.

Luisteren

Verandertrajecten raken al snel tientallen of honderden mensen, oplopend tot duizenden. Maar projectmanagers hebben niet de gelegenheid om goed te luisteren naar alle betrokkenen. Met ProCom betreft u de hele

doelgroep via een online enquête. U ontvangt een rapport waarmee beslissingen over de veranderaanpak met cijfers kunnen worden onderbouwd. Met concrete handvatten om ongewenste ontwikkelingen aan te pakken en draagvlak te vergroten. Vaak kunnen een paar eenvoudige maatregelen het draagvlak al verbeteren.

Rapportage

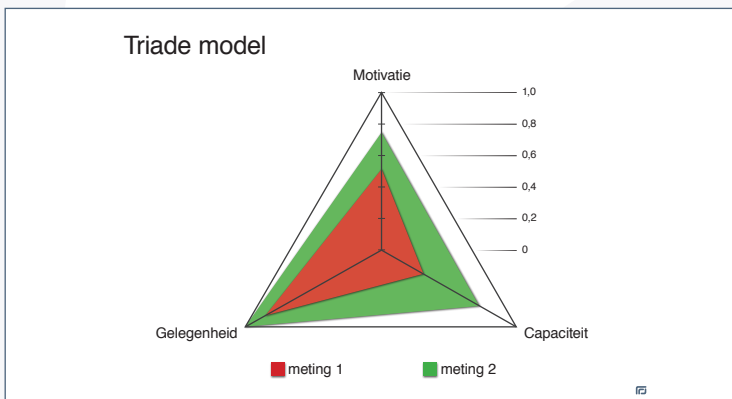
ProCom levert rapportages over het draagvlak voor een specifiek verandertraject en bevat concrete verbeterpunten op de gedragsaspecten motivatie, capaciteit en gelegenheid (Triade-model). Informatie tot op teamniveau, waarmee alle managers gericht actie kunnen nemen. In vervolgmetingen ziet u het effect van de genomen maatregelen, waardoor u tijdig kunt bijsturen om de gedragsverandering optimaal te begeleiden. Zodat uw investering het verwachte rendement gaat opleveren.

Metten

ProCom meet onder alle betrokkenen hoe groot de kans is dat zij het gedrag zullen vertonen dat in de nieuwe situatie gewenst is, het draagvlak. En hoe het draagvlak zich ontwikkelt. ProCom gebruikt hiervoor een online enquête die is gebaseerd op het wetenschappelijk onderbouwde Triade



ProCom maakt draagvlak meetbaar



Opeenvolgende metingen laten de ontwikkeling van de drie elementen zien

gedragsmodel van prof. dr. Theo Poiesz. Het model gaat uit van de kernelementen die gedrag beïnvloeden: motivatie, capaciteit en gelegenheid. Mensen veranderen hun gedrag alleen als zij gemotiveerd zijn én over de benodigde capaciteiten beschikken én daarnaast ook in de gelegenheid worden gesteld om dat gedrag te vertonen. Prof. dr.

Theo Poiesz, die in 1999 het Triade-model publiceerde, werkt samen met ProCom en ziet erop toe dat in onze onderzoeken het gedragsmodel goed wordt toegepast.

Timing

De doelgroep vult (bij voorkeur) bij de start van een verandertraject een online enquête in. Ongewenste ontwikkelingen kunnen dan vroegtijdig worden ondervangen. Na belangrijke gebeurtenissen (mijlpalen) kunnen nieuwe metingen worden uitgevoerd. Tot de gedragsverandering is bereikt.

Voor wie

ProCom is bedoeld voor opdrachtgevers en communicatie/HR-adviseurs die verantwoordelijk zijn voor een verandertraject dat meer dan 100 mensen raakt en voor leidinggevend van afdelingen waar meer dan 100 mensen door een verandertraject worden geraakt.

Voordelen op een rij

- Als opdrachtgever of adviseur krijgt u zicht op het draagvlak voor het verandertraject.
- U ontvangt input van de hele doelgroep.
- De klankbordgroep krijgt zicht op de mening van haar achterban.
- De programma- of projectmanager kan op tijd en gericht actienemen.
- De teammanagers krijgen voor hun eigen team de specifieke verbeterpunten.
- Het effect van de genomen acties wordt in een vervolgmeting zichtbaar.
- De medewerkers worden betrokken, waardoor het gewenste gedrag duurzaam wordt.

U CREËERT DRAAGVLAK!

ProCom
035 - 870 02 07
info@draagvlakmeten.nl
draagvlakmeten.nl