

# AWARENESS

---



SHOCK!



PERSOONLIJK



CONCREET



RELEVANT

- Communiceer helder over de oorsprong, het doel, de noodzaak en het ‘waarom’ van de verandering.
- Benadruk dat je voorstel verder bouwt op wat er al is. Mensen stappen sneller mee in een verandering als ze een vorm van continuïteit ervaren.
- Als je voorstel toch een gehele breuk is met de huidige situatie, benoem dan wat er zou gebeuren als er geen stappen gezet worden.
- Hou mensen in de ‘loop’ door eerlijke en transparante communicatie over volgende stappen. Investeer hier extra in bij mensen met weerstand.
- Wees duidelijk over afspraken en grenzen: het is even belangrijk te vermelden wat niet kan binnen de scope van het project.
- Als er weinig animo is: creëer een shock-effect door mogelijke positieve of negatieve gevolgen expliciet te benoemen (‘Right in the face’)
- Verduidelijk hoe je project de business succes van je stakeholder ten goede kan komen.
- Wees intellectueel eerlijk: verwijs, naast de voordelen van je voorstel, ook naar risico’s en hoe die kunnen worden voorkomen.
- Weet dat verwijzen naar negatieve gevolgen, risico’s of mogelijke verliezen, tweemaal zoveel impact heeft als het benoemen van voordelen.
- Maak je voorstel tastbaar door informatie te kaderen binnen vergelijkbare initiatieven in de organisatie of sector.
- Maak je informatie persoonlijk door storytelling (persoonlijke voorbeelden, anekdotes, metaforen)
- Versterk het geloof van je stakeholders in hun eigen capaciteit om met de verandering om te gaan, door te verwijzen naar gelijkaardige veranderingsprocessen die goed hebben gewerkt.
- Versterk motivatie door ‘laaghangend fruit’: deel de verandering op in zo klein mogelijke stappen, maak gemakkelijke successen zichtbaar en zorg voor beloning en waardering.

