



COMMUNICATIEROL
MANAGEMENT
PUNT VAN ZORG

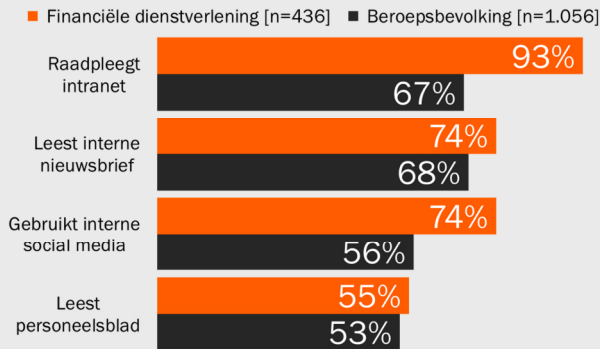
FACTSHEET

INTERNE COMMUNICATIE BINNEN DE FINANCIËLE SECTOR

RenM|Matrix vroeg meer dan 1.000 werknemers naar hun tevredenheid over de interne communicatie binnen hun organisatie: de helft van de beroepsbevolking in Nederland blijkt tevreden. Binnen de financiële sector ligt de tevredenheid iets onder het gemiddelde niveau: van de 436 ondervraagde financiële professionals is 45% te spreken over de hoe er binnen hun organisatie wordt gecommuniceerd. Teamoverleg komt in dit kader beduidend beter uit de bus dan het management en bestuur.

1. Financials iets minder tevreden

Bijna de helft van de Nederlandse beroepsbevolking is tevreden over de interne communicatie binnen hun organisatie. Als we de financiële sector eruit lichten, dan ligt dit nog iets lager: 45% is te spreken over hoe er binnen hun organisatie wordt gecommuniceerd, terwijl 1 op de 3 financiële professionals ontevreden is. Ter illustratie: binnen de sector grondstofwinning en -verwerking (landbouw, industrie, bouw en energie) is 57% tevreden, binnen zakelijke dienstverlening en gezondheidszorg ligt dit aandeel op 53%.

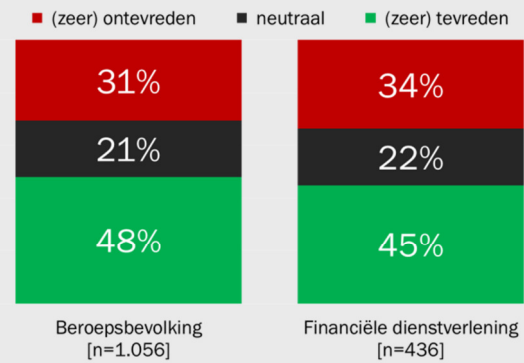


3. Lage waardering voor management en bestuur

Nemen we de tevredenheid over alle in het onderzoek opgenomen interne kanalen erbij, dan blijkt *management en bestuur* als informatiebron het minst gewaardeerd. Dat geldt niet alleen voor de beroepsbevolking in het algemeen, als het gaat om de communicatierol van de toplaag weet ook de financiële sector zich niet te onderscheiden (45%). Werk- of teamoverleg komt beduidend beter uit de bus: 81% van de financials is tevreden over hoe collega's elkaar in deze setting aanspreken.

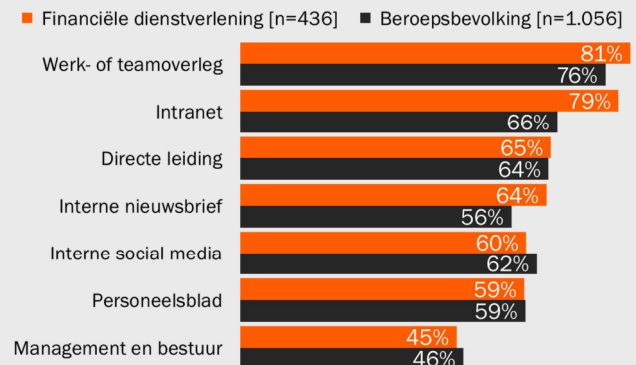
4. Lijncommunicatie meer impact dan parallelle kanalen

Nadere analyse leert ons dat het overall oordeel over interne communicatie meer wordt aangestuurd door communicatie via de lijn (collega's, leidinggevenden of management en bestuur) dan door parallelle kanalen (intranet, personeelsblad, interne nieuwsbrief of interne social media). Enerzijds geeft dit de hoge waardering voor het teamoverleg nog meer waarde, maar tegelijkertijd maakt het de lage score voor de communicatie door het management en bestuur tot een belangrijk punt van zorg.



2. Bovengemiddeld gebruik digitale kanalen

Vergeleken met veel andere branches, heeft de financiële sector relatief veel digitale kanalen tot zijn beschikking: nagenoeg iedereen beschikt over intranet (96%) en ook interne social media (86%) en een nieuwsbrief (81%) zijn voor het merendeel voorhanden. In het verlengde hiervan vinden we onder financials meer gebruikers van digitale interne kanalen dan in veel andere sectoren het geval is.



RENMMATRIX, SPECIALIST IN ONDERZOEK NAAR INTERNE COMMUNICATIE

Voor tal van opdrachtgevers - profit en non-profit - vragen wij medewerkers naar hun ervaringen met interne communicatie. Met fictieve voorbeelden uit de dagelijkse praktijk maken we inzichtelijk welke kanalen waarvoor worden gebruikt. Aanvullend peilen we hoe het communicatieklimaat wordt ervaren. Wordt men goed op de hoogte gehouden van nieuwe ontwikkelingen? Is er belangstelling voor ideeën en meningen van werknemers? Draagt de interne communicatie bij aan duidelijkheid over de eigen rol in de organisatie? Het succes van interne communicatie wordt namelijk wel beïnvloed door de kanalen die worden ingezet, het klimaat waarin dit gebeurt is echter nog crucialer.

WEET U UW COMMUNICATIEDOELLEN TE REALISEREN?

Zijn uw medewerkers voldoende op de hoogte van de te varen koers? Slaagt uw interne communicatie erin om medewerkers te binden en te verbinden? En in welke mate dragen de verschillende kanalen bij aan een transparant communicatieklimaat? Wij brengen de antwoorden graag voor u in kaart en vertalen ze naar praktische handvatten om uw interne communicatie verder te optimaliseren.