

## Netwerken

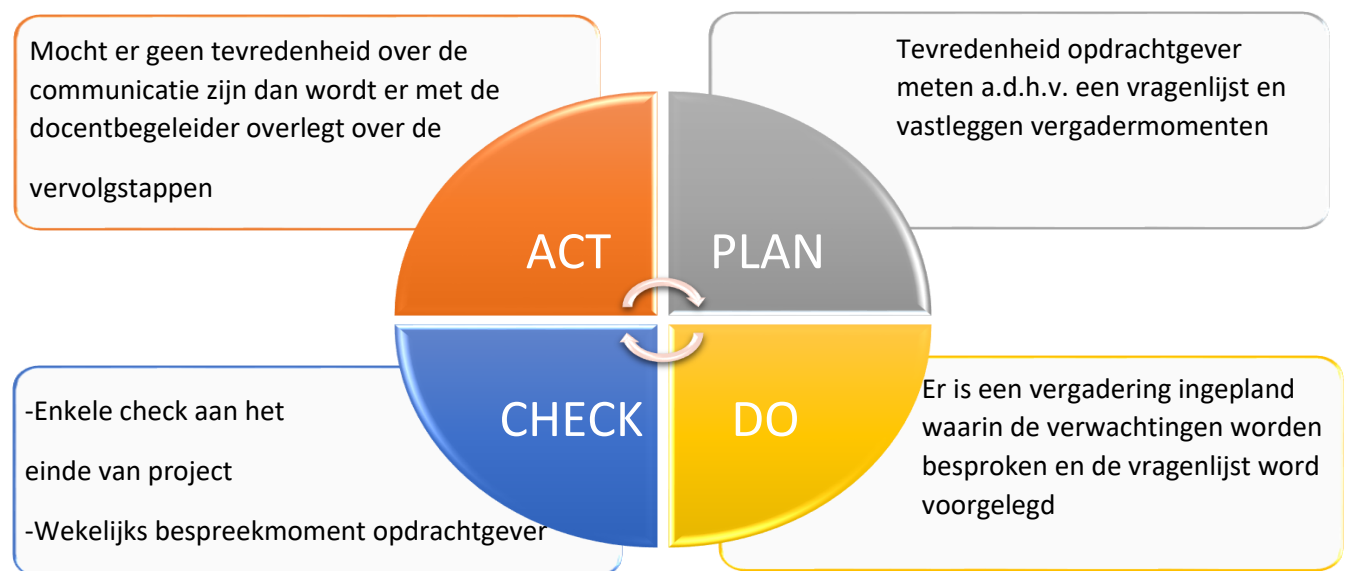
### Communicatie

Om de effectiviteit van onze communicatie met Van den Broek te kunnen meten, moeten er grenzen gesteld worden. De interne communicatie kan gemeten worden, maar ook de communicatie naar externe partijen. Daarnaast kan de scope nog specifieker gemaakt worden door te richten op mails. Vanwege de korte periode van communiceren met Van den Broek, hebben we gekozen om ons te richten op de interne communicatie.

### Doel

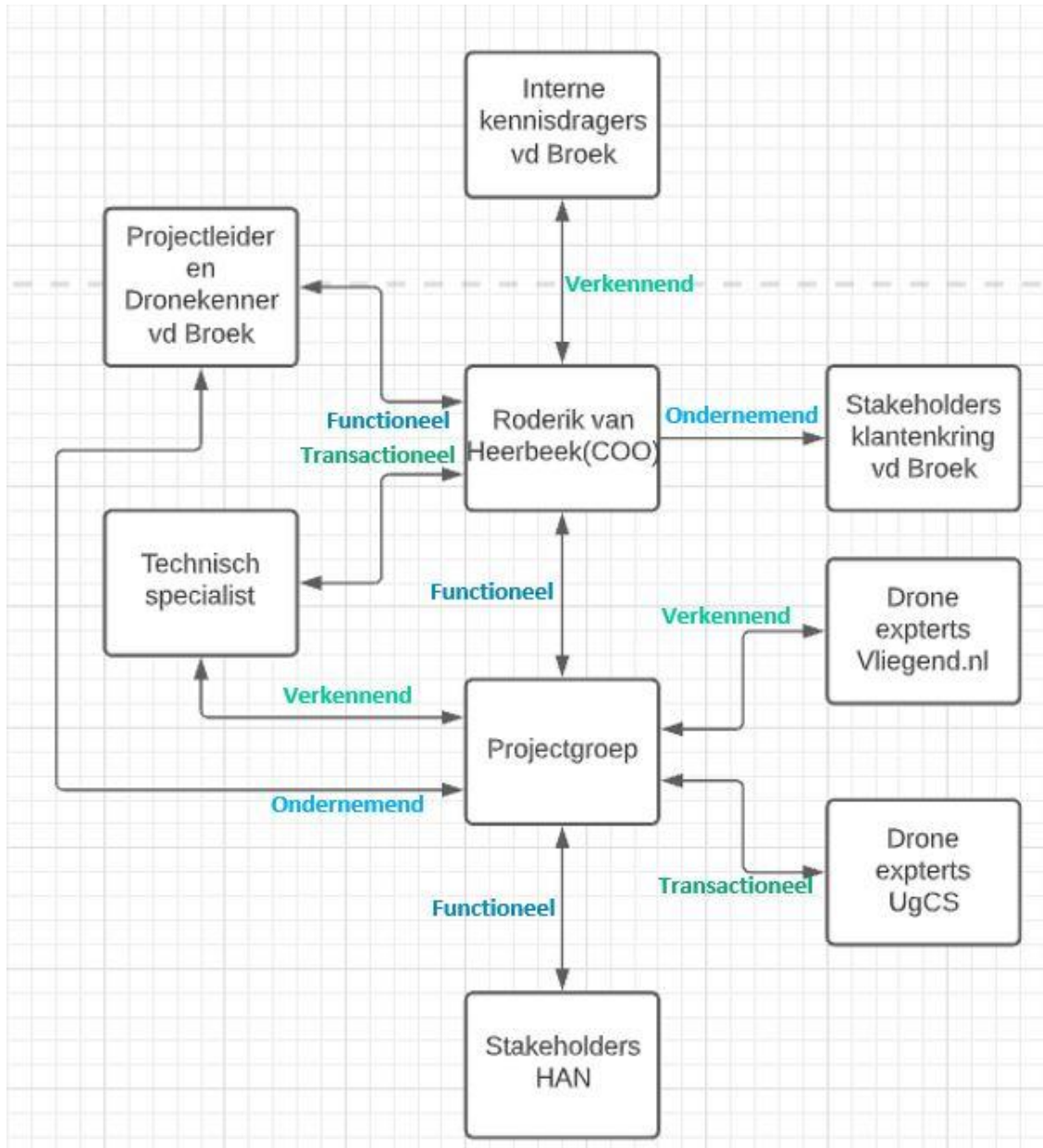
Ons algemene communicatiedoel is om de opdrachtgever continu op de hoogte te houden van de innovaties van het project. Dit willen we bereiken door, op een frequentie van 1 week, een voortgangsvergadering in te plannen. Daarnaast willen we verschillende stakeholders op de hoogte houden van de projectprogressie. Dit door, bij afronding van een Sprint (dit is vormgegeven in het PvA), een brainstormsessie te houden over de bereikte doelen. Dit wordt voornamelijk gedaan door middel van een vergadering (via Microsoft Teams of Fysiek). Tevens hopen we, mede in het kader van communiceren. De opdracht goed over te dragen. Dit hebben we gerealiseerd door een overdrachtsessie te houden, waarin we de verwachtingen van Van den Broek hebben gemeten. Om vervolgens de benodigde documentatie en voorbereidingen te treffen (zie kopje Overdracht). Het doel van deze meting is om de effectiviteit van de communicatie te meten. Dit willen we gaan doen aan de hand van een vragenlijst. Deze vragenlijst laten we invullen door Roderik van Heerbeek (onze projectbegeleider). Op basis van deze vragenlijst Reflecteren we op de interne communicatie.

### Format PDCA plan



## Samenwerkingsverbanden

In onze analyse over de verschillende samenwerkingsverbanden hebben we ons informatienetwerk besproken. Hieruit bleek dat al onze informatiestromen tijdens dit project terug te leiden zijn tot onderstaande structuur. Ook zijn de verschillende samenwerkingsvormen tussen de connecties meegenomen.



## Stakeholders

Bij het maken van het projectplan is er ook nagedacht over de verschillende stakeholders in dit project. Deze stakeholders zijn zoals verwacht ook opgedoken in onze uiteindelijke communicatiestructuur. De volgende tabel laat zien welke stakeholders er in ons projectplan zijn meegenomen.

Naam	Rol	Omschrijving
Leon van Elteren	Projectleider	Begeleidt het project in goede banen en neemt projectmatige beslissingen.
Roel Graat	Teamlid	Probeert het desbetreffende project ook in goede banen begeleiden en zal zich voornamelijk bezighouden met de projecttaken.
Jeroen Hendriks	Teamlid	Probeert het desbetreffende project ook in goede banen begeleiden en zal zich voornamelijk bezig houden met de projecttaken.
Roderik van Heerbeek	Bedrijfsbegeleider/ Operationeel directeur	De bedrijfsbegeleider ondersteunt de studenten met het maken van bedrijfsmatige beslissingen.
Mariëlle Seegers	Docent begeleider	De docentbegeleider ondersteunt de studenten met het maken van beslissingen die relevant zijn voor de Minor en het gekoppelde onderzoek.
Hogeschool Arnhem Nijmegen	Begeleidende Hogeschool	Interesseert zich in de resultaten van de opdracht. Dit om het te gebruiken voor volgende project.
Geïnteresseerde klanten	Klanten van Van den Broek	Vanwege het ruime scala van mogelijk geïnteresseerde klanten, is er gekozen voor de stakeholder: Geïnteresseerde klanten. Deze groep heeft baat bij het technische aspect van het project bij succesvolle afronding.

## **Netwerkvormen**

Het bouwen van ons netwerk is niet vanzelf gegaan. Bedoeld en onbedoeld hebben wij hiervoor een aantal netwerkstrategieën gebruikt. Elk van deze strategieën heeft zijn eigen voor- en nadelen. Daarom is het van belang om voor elke stakeholder een doordachte keuze wordt gemaakt voor welke netwerkvorm er wordt gekozen om het contact aan te gaan en ook te onderhouden. De belangrijkste vormen van netwerken die wij hebben gebruikt tijdens dit project zijn operationeel, persoonlijk en strategisch netwerken. Een korte uitleg van deze vormen:

### **Operationeel netwerken**

Operationeel netwerken gaat over het opbouwen van relaties binnen het bedrijf om werk gedaan te krijgen. Een voorbeeld hiervan is een marketingleider die een goede relatie opbouwt met de directeur om hem te helpen boodschappen te creëren die nieuwe marktsegmenten zullen aanspreken.

### **Persoonlijk netwerken**

Persoonlijk netwerken gaat over het verbeteren van de professionele ontwikkeling en het uitwisselen van verwijzingen, meestal met mensen buiten het bedrijf. Een goed voorbeeld is een beurs voor een specifieke branche, een jaarlijks evenement dat is bedoeld om samen te komen en informatie uit te wisselen of nieuwe contacten te leggen. Het lijkt misschien contraproductief om mensen te ontmoeten die technisch gezien je concurrenten zijn, maar men kan zo veel van elkaar leren door alleen al in gesprek te raken.

### **Strategisch netwerken**

Strategisch netwerken gaat over het werven van de steun van mensen die kunnen helpen om de strategische of zakelijke doelen te bereiken. Een leider van een vrijwilligersorganisatie kan bijvoorbeeld netwerken om goede relaties op te bouwen met entertainers die vervolgens bereid zijn om gratis op te treden op een fondsenwervingsevenement.

### Gebruikte netwerkvormen

In de bestaande communicatiestructuur kan vervolgens worden aangegeven welke netwerkstrategie er is gebruikt bij welke connectie. Daarin is niet altijd gebruik gemaakt van een netwerkstrategie. Zo worden de connecties die buiten onze projectgroep omgaan niet meegenomen bij het uitdrukken van de gebruikte netwerkstrategie. In de portfolio wordt er verder gereflecteerd op hoe deze netwerkvormen voor ons hebben gefunctioneerd.

