

Strategie + Communicatie = Succes

Is er een verband tussen het hebben van een heldere koers (visie, missie en strategie), het communiceren daarvan en het behalen van succes? Met deze vraag als uitgangspunt heeft Coebergh Communicatie & PR een verkennend onderzoek uitgevoerd. Het lijkt wellicht een open deur, maar dat is het niet. Aan de hand van een uitgebreide vragenlijst is een eerste verkennend onderzoek over deze stelling gedaan.

De begrippen visie, missie, strategie en communicatie zijn daarbij nauwgezet omschreven; De visie vertelt hoe de bedrijfsomgeving de komende jaren verandert. De visie is basis voor de missie. Missie is hier gedefinieerd als: de positie die in de veranderende wereld wordt beoogd. De missie is dus eigenlijk een doel. Om de missie te kunnen realiseren is er een strategie nodig. Strategie is hier: een stappenplan om de missie te realiseren. De manier waarop iemand of een organisatie het doel (de missie) wil bereiken. Communicatie is in dit verband gedefinieerd als: Onbewuste en bewuste uitwisseling van data, informatie en kennis, zowel verbaal als non-verbaal.

De organisaties geven bloot of zij een visie, missie en strategie hebben, waaruit deze bestaat en hoe deze tot stand is gekomen. Ook laten zij weten van welke communicatiemiddelen zij gebruik maken, op welke manier en met welke frequentie. Succes is gedefinieerd als het behalen van gestelde doelen, waarbij de Balanced Scorecard van Kaplan & Norton als referentiekader diende. Zo heeft bijna elke organisatie doelen op het gebied van financiën (o.a. winst, aandeelhouderwaarde), personeel (o.a. tevredenheid, ziekteverzuim), kwaliteit (o.a. klachtenregistratie) en innovatie (o.a. patenten, nieuwe markten en producten).

Hoe meer de trits visie, missie en strategie op uitvoerend niveau komt (dus op niveau van missie en strategie), hoe moeilijker organisaties het vinden heldere keuzes te maken, laat staan die te delen met de stakeholders. Er zijn maar weinig organisaties die structureel over de koers communiceren met hun werknemers en omgeving. Het lijkt erop dat bedrijven die over de hele linie goed scoren, ook beter scoren waar het de relatie tussen hun communicatie en hun visie, missie en strategie betreft. Het is mogelijk dat een organisatie redelijk succes boekt zonder duidelijke koers maar het zal interessant zijn te onderzoeken hoe stabiel dit succes dan blijft. Omgekeerd is een duidelijke visie zeker geen harde garantie voor succes, zeker niet als de vertaling naar missie en strategie hapert. Bij de onderzochte organisaties bleek doorgaans wel strategisch besef aanwezig, maar slechts in weinig gevallen werd de koers helder en continu gecommuniceerd. Daar waar dit wel intensief gebeurt, wordt ook over het algemeen meer succes geconstateerd. Door alle geïnterviewde managers is aangegeven dat het intensief communiceren van strategie naar hun mening bijdraagt aan het succes van de organisatie.

Samengevat blijkt er een positieve samenhang te bestaan in het hebben van een koers, het communiceren daarvan en het succes van een organisatie. Nader onderzoek is zeker aanbevolen, omdat er nog maar weinig wetenschappelijk is vastgesteld op dit terrein.

Door: Piet Hein Coebergh & Femke de Jonge