

A smiling man with curly hair is looking at a tablet in a cozy living room. In the background, there is a potted orchid, a snow globe, and a window with curtains. The man is wearing a white t-shirt and is sitting on a couch with a red and black checkered blanket.

Van zenden naar verbinden

**Een praktische gids
voor interne communicatie
in Microsoft 365**

Marcel Croonen

Voorwoord

Welkom bij deze gids voor jou als communicatieprofessional.

Ken je dat gevoel? Je bent de verbinder in de organisatie, de motor achter de sfeer en de kennisdeling. Je werkt hard aan die cruciale nieuwsberichten, vakkundig opgemaakt en inhoudelijk ijzersterk. Maar de realiteit is hard: de informatie blijft steken in een interne nieuwsbrief of op een intranetpagina die niemand bezoekt..

De kloof tussen het management dat zendt en de collega's die actief zijn in **Teams, Communities en op hun mobiel** is groter dan ooit. Je merkt dat de verbinding afneemt, simpelweg omdat je collega's de informatie missen die ze nodig hebben.

De grootste fout die we nog steeds maken, is geloven dat medewerkers naar jouw kanaal komen. Dat gebeurt niet meer.

Dit is het **kernprincipe** van deze gids: je moet de informatie brengen naar de plek waar mensen al zijn. Naar de Teams waar een vraag wordt gesteld. Naar de community waar ze sparren. Naar het scherm dat ze tijdens hun pauze checken. Je moet je focus verleggen van zenden naar het creëren van een **interactieve dialoog**.

Dit e-book is daarom geen stap-voor-stap technische handleiding, maar een verzameling **pragmatische, bewezen inzichten** uit de praktijk van organisaties zoals de jouwe (gemeenten, kenniswerkers, educatie). Het is ontworpen om jou te helpen bij je adviesrol, zodat je met **minder moeite** en **binnen budget** de juiste kanalen en tools in Microsoft 365 inzet.

Pak eruit wat jou direct helpt om de kloof te dichten. Begin vandaag nog met het creëren van die verbinding waar jij zo gepassioneerd over bent.

Veel succes!

Marcel Croonen

INHOUDSOPGAVE

Voorwoord	1
1. De uitdaging van moderne interne communicatie	3
2. Mensen bereiken waar ze zijn	5
3. SharePoint slim inzetten	9
4. Interactie in plaats van zenden	16
5: Praktische tools en quick wins	23
6. Adoptie en verandering	28
7. Meten is weten	35
8: Top 10 valkuilen en hoe je ze vermijdt	44
Tot slot	49

1. De uitdaging van moderne interne communicatie

De kloof die je elke dag ziet

Je herkent het waarschijnlijk direct. Management blijft informatie via de vertrouwde nieuwsbrief in de email versturen. Ondertussen zitten je collega's de hele dag in Teams, scrollen door hun telefoon en vragen dingen in communities. Twee werelden die langs elkaar heen leven.

Het frustrerende? Jij moet die brug slaan. Zonder een budget, zonder goede rapportages maar wel met de verwachting dat iedereen bereikt en betrokken wordt. Hoe dan? Toveren?

De echte vragen waar je mee zit:

- Hoe bereik ik medewerkers die nooit op het intranet komen?
- Hoe krijg ik interactie in plaats van alleen zenden?
- Hoe overtuig ik management om andere kanalen te omarmen?
- Hoe verantwoord ik mijn keuzes en budget?

Van zenden naar dialoog

De tijd dat interne communicatie alleen maar informatie uitsturen was, is voorbij. Medewerkers verwachten:

- **Tweerichtingsverkeer:** Kunnen reageren, vragen stellen, meedenken
- **Bereikbaarheid:** Informatie daar waar zij al zijn
- **Relevantie:** Content die voor hen persoonlijk van waarde is
- **Snelheid:** Direct toegang tot wat ze nodig hebben

Het oude model (nieuwsbrief → mailbox → hopen dat iemand leest) werkt niet meer. Het nieuwe model draait om dialoog, community en beschikbaarheid op het juiste moment.

Waar zijn je collega's eigenlijk?

Voor je gaat nadenken over je communicatiestrategie, moet je eerst weten waar je doelgroep zich bevindt:

Kenniswerkers: Starten hun dag in Teams, zitten voor informele communicatie in communities en gebruiken het Intranet voor documenten, handboeken en formulieren en checken af en toe het intranet voor nieuws.

Frontline workers: Alleen mobiel bereikbaar, geen vast bureau, hebben geen tijd voor lange nieuwsberichten.

Management: Vaak nog in de mail, sommigen in Teams, willen overzicht en controle.

 **Tip: Maak een stakeholder mapping. Wie zit waar? Dat bepaalt je kanaalstrategie.**

De rol van Microsoft 365

Microsoft 365 biedt alle hulpmiddelen die je als legostenen kunt gebruiken om die kloof te overbruggen:

- **Teams** als centrale werkplek waar mensen al zijn
- **Viva Connections** als persoonlijke intranet-ervaring in Teams
- **Viva Engage** voor communities en laagdrempelige dialoog
- **SharePoint** als fundament voor gestructureerde informatie
- **Copilot** om sneller en slimmer content te maken

Het gaat er niet om alle tools te gebruiken. Het gaat erom de juiste tool voor de juiste situatie in te zetten.

2. Mensen bereiken waar ze zijn

Teams als het nieuwe startpunt

De realiteit: voor veel medewerkers is Teams de plek waar de werkdag begint. Niet Outlook, niet het intranet. Teams.

Dat heeft grote gevolgen voor je communicatiestrategie. Als je wilt dat informatie gelezen wordt, moet je het daar brengen waar mensen al zijn. Niet hopen dat ze naar jouw kanaal komen.

Waarom Teams werkt:

- Medewerkers zitten er al de hele dag
- Meldingen worden direct gezien
- Combinatie van chat, calls én informatie
- Teams heeft een zeer krachtige app - mobiel en desktop gelijktijdig beschikbaar

Viva Connections: het intranet in Teams

Viva Connections is het legoblokje dat je intranet naar Teams brengt. Geen aparte site meer die mensen moeten onthouden te bezoeken, maar direct beschikbaar waar ze al werken.

Viva Connections kent twee gezichten:

Mobiel: Gefocust op de essentials via de Teams app

- Dashboard met persoonlijke snelkoppelingen
- Nieuws vanuit het intranet
- Resources voor snel toegang

Desktop: Keuze voor het volledige intranet

- Volledig intranet toegankelijk vanuit Teams
- Of gefocust op Dashboard, Nieuws en Resources

Dashboard: Persoonlijke snelkoppelingen en taken

- Aangepaste links per doelgroep (HR voor HR-medewerkers, productie-info voor operations)
- Direct toegang tot veelgebruikte tools en formulieren
- Taken die aandacht vragen

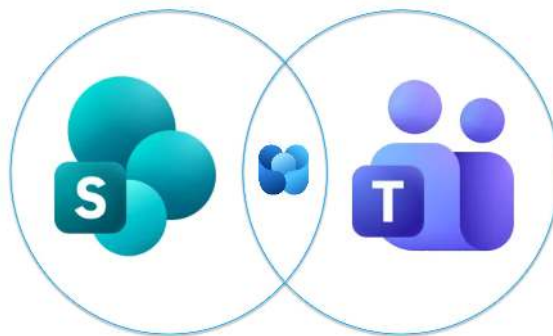
Nieuws: Gepersonaliseerd nieuws

- Nieuws uit SharePoint automatisch in Teams
- Gefilterd op basis van interesse en afdeling
- Reageren kan direct in de feed

Resources: Snel toegang tot belangrijke zaken

- Beleidsregels, handleidingen, contacten
- Zoeken over alle content heen
- Altijd up-to-date vanuit SharePoint

 **Tip: Start klein met het dashboard. Kies 3-5 veelgebruikte links en voeg pas later meer toe. Te veel keuze verlamt.**



Mobile first is geen luxe meer

Veel organisaties hebben frontline workers: verpleegkundigen, monteurs, winkelmedewerkers, chauffeurs. Zij hebben geen vaste werkplek, werken in shifts en zijn alleen mobiel bereikbaar.

Voor deze groep is mobile first geen aardige extra optie. Het is de enige optie.

Praktische mobile first principles:

Kort en scanbaar:

- Maximaal 150 woorden voor een bericht
- Tussenkopjes om te scannen
- Bullets in plaats van blokken tekst

Visueel sterk:

- Opvallende afbeelding bovenaan
- Goede contrasten voor buiten lezen
- Video's korter dan 90 seconden

Actiegericht:

- Duidelijke call-to-action
- Grote knoppen (geen kleine linktjes)
- Formulieren met minimale velden

Test alles op mobiel:

- Preview altijd op je telefoon
- Laat collega's uit verschillende functies testen
- Check leestijd (max 2 minuten)

Checklist: bereik je mensen echt?

- ☐ Weet je waar je doelgroepen hun dag starten?
- ☐ Is je content beschikbaar in Teams (niet alleen op SharePoint)?
- ☐ Test je al je content op mobiel?
- ☐ Kunnen medewerkers reageren en interactie aangaan?
- ☐ Heb je verschillende content voor verschillende doelgroepen?
- ☐ Meet je waar mensen je content daadwerkelijk lezen?



VIDEO: [SharePoint ontwikkelt tot hét platform voor aantrekkelijk design, eenvoudig beheer en maximale betrokkenheid bij content.](#)

3. SharePoint slim inzetten

Wanneer SharePoint, wanneer iets anders?

SharePoint is het fundament van je Microsoft 365 intranet. Je vindt er ook de zoekcentra voor mensen, documenten, nieuws en evenementen. Maar niet alles hoort op SharePoint. Gebruik het vooral voor:

Officiële communicatie:

- Beleid en procedures
- Corporate nieuws van directie/MT
- Gestructureerde informatie met lange levensduur

Formele documentatie:

- Handleidingen
- Regelingen (verlof, onkosten, etc.)
- Templates en formulieren

Afdelings / Functie informatie:

- Onderwerp- of afdelingspagina's
- Contactgegevens
- Overzichten van tools en systemen

Niet op SharePoint, maar in Teams/Viva Engage:

- Dagelijkse teamcommunicatie
- Informele kennisdeling
- Snelle vragen en antwoorden
- Discussies en brainstorm

Content die uitnodigt tot interactie

Een typisch SharePoint-nieuwsbericht ziet er zo uit: titel, afbeelding, drie alinea's tekst, "voor vragen mail naar..."

Dat kan beter. Veel beter.

Maak je content interactiever:

Eindig met een vraag: Niet: "Lees hier meer over het nieuwe verlofbeleid."
Maar: "Wat vind jij van deze wijziging? Reageer hieronder."

Gebruik polls in je artikel: Voeg een Microsoft Forms poll toe: "Welk thema wil je volgende maand uitgelicht zien?"

Link naar de community: "Ga verder in gesprek in de community
Duurzaamheid "

Video met gezichten: Niet alleen tekst, maar korte video waarin iemand iets toelicht. Mensen verbinden met mensen.

Geef concrete vervolgstappen: "Meld je aan voor de sessie", "Download de checklist", "Test de nieuwe functie"

Toegankelijkheid: niet alleen compliance, maar gebruikersvriendelijkheid

Toegankelijkheid klinkt als iets voor de IT-afdeling, maar het gaat over goede communicatie. Voor iedereen.

Waarom toegankelijkheid belangrijk is:

- 15-20% van je collega's heeft een vorm van beperking (waaronder slechthoortheid, dyslexie, etc.) (bron : CBS)
- Iedereen profiteert van duidelijke taal en goede structuur
- Betere vindbaarheid in zoekmachines

Praktische toegankelijkheidstips:

Koppen gebruiken:

- Gebruik H1 voor titel, H2 voor tussenkopjes, H3 voor subkopjes
- Niet alleen bold of groter lettertype (schermlezers herkennen dat niet)

Alt-teksten bij afbeeldingen:

- Beschrijf wat er op de afbeelding staat
- "Team tijdens workshop" in plaats van "IMG_1234"
- Decoratieve afbeeldingen: alt-tekst mag leeg

Kleurcontrast:

- Gebruik de contrast checker van SharePoint
- Lichte tekst op lichte achtergrond is lastig leesbaar
- Niet alleen kleur gebruiken voor betekenis ("zie rood vakje" werkt niet voor kleurenblinden)

Linktext duidelijk:

- Niet "klik hier" maar "Bekijk het nieuwe verlovbeleid"
- De linktekst moet kloppen als je hem los leest

Tabellen beperkt gebruiken:

- Alleen voor echte data
- Niet voor opmaak
- Geef kolommen duidelijke headers

 **Tip: Gebruik de ingebouwde accessibility checker van SharePoint. Die wijst je direct op verbeterpunten.**

Templates: consistentie zonder gedoe

Als je wilt dat al je nieuws er professioneel uitziet, gebruik dan templates. Niet omdat vanwege consistentie, maar omdat het je tijd bespaart.

Voordelen van templates:

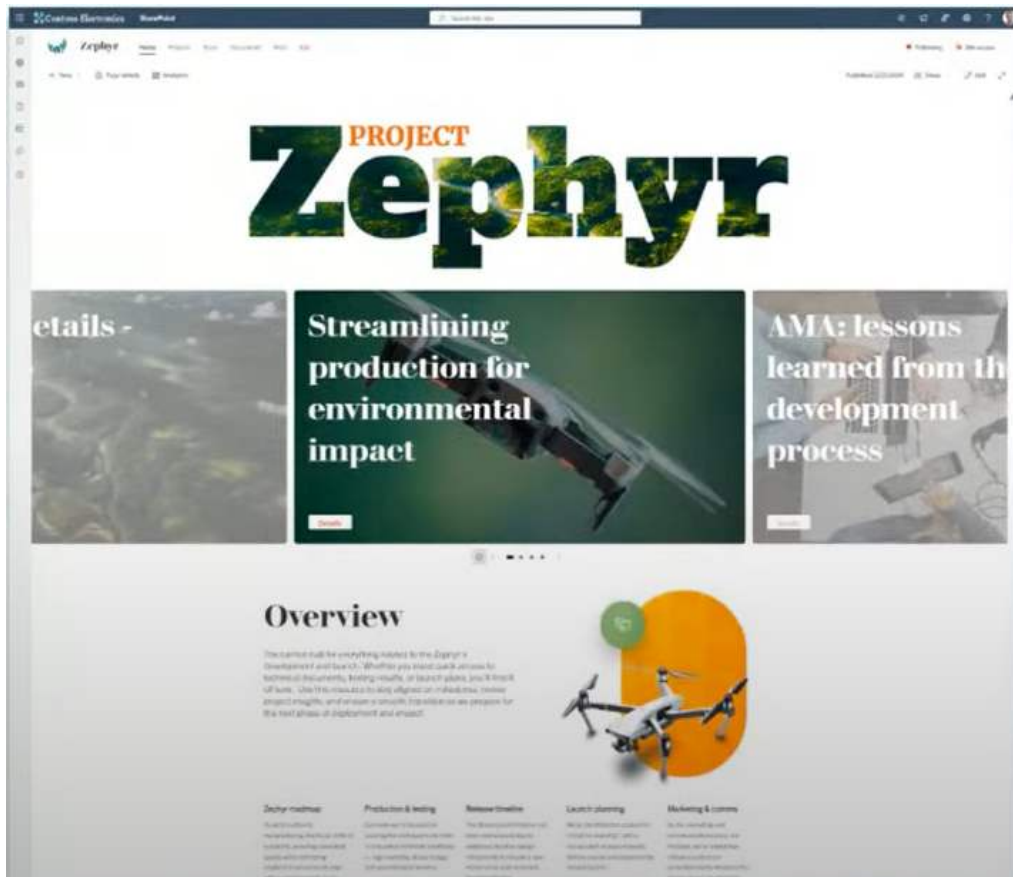
- Nieuwe redacteurs weten direct hoe een bericht eruit moet zien
- Herkenbare structuur voor lezers
- Je hoeft niet elke keer opnieuw opmaak te doen
- Toegankelijkheid zit ingebouwd

Wat zet je in een template:

- Standaard afbeelding met alt-tekst placeholder
- Vaste secties (Wat, waarom, volgende stap)
- Quick links webpart voor gerelateerde content
- Social webpart voor reacties

Verschillende templates voor verschillende doelen:

- Officieel management nieuws
- Team updates
- Event aankondigingen
- How-to artikelen



Een moderne intranetpagina

Automatisering: Werk Slimmer, Niet Harder

Onze grootste winst in de toekomst zit in automatisering. Van contentcreatie tot slimme AI agenten die de gebruikers helpen met zoeken ongeacht waar ze op dat moment zijn.

Vandaag spendeer je tijd aan het handmatig taggen en opruimen van verouderde documenten. Dat gaat veranderen. AI-functionaliteit in (SharePoint) is ontworpen om dit werk van je over te nemen door automatisch metadata te vullen, content te classificeren en site-gezondheid te bewaken.

Hoewel deze specifieke functionaliteit nog niet voor iedereen algemeen beschikbaar is, is het een onvermijdelijke stap in Microsoft 365.

Jouw actie vandaag (voorbereiding)

Je kunt je hier nu al op voorbereiden, zodat je de winst pakt zodra jouw organisatie met AI aan de slag gaat. AI werkt namelijk alleen goed als de fundering klopt:

- Fundering: schoon en georganiseerd: Gebruik de checklist in dit hoofdstuk om je SharePoint-sites nu al op te ruimen. Verouderde pagina's en dubbele documenten moeten weg.
- Metadata: consistentie boven kwantiteit: Zorg voor een duidelijke, beheerde set aan termen (Managed Metadata). Hoe consistenten jij nu werkt, hoe sneller en beter de AI straks het werk van je overneemt
- Kwaliteit van de content: Focus op korte, duidelijke teksten met heldere koppen. Dit verbetert de leesbaarheid voor mensen én de AI's nauwkeurigheid

Video: Kennis Agents wat kun je ermee?



Checklist: sterk SharePoint bericht

- ☐ Pakkende titel (max 65 tekens)
- ☐ Opvallende afbeelding met alt-tekst
- ☐ Duidelijke intro (beantwoordt: waarom moet ik dit lezen?)
- ☐ Tussenkopjes voor scanbaarheid
- ☐ Maximaal 300 woorden
- ☐ Concrete call-to-action
- ☐ Preview getest op mobiel
- ☐ Toegankelijkheid gecheckt
- ☐ Gepubliceerd én gepromoot via andere kanalen

4. Interactie in plaats van zenden

Nu de basis (SharePoint) van ons Intranet staat als de enige bron van waarheid, kunnen we de dialoog starten. Onze interactie moet altijd terugleiden naar die betrouwbare bron.

Waarom dialoog zo belangrijk is

Je kunt de mooiste nieuwsberichten schrijven, maar als niemand reageert of vragen stelt, weet je niet of het aankomt. Erger nog: medewerkers voelen zich niet gehoord.

Interactie zorgt voor:

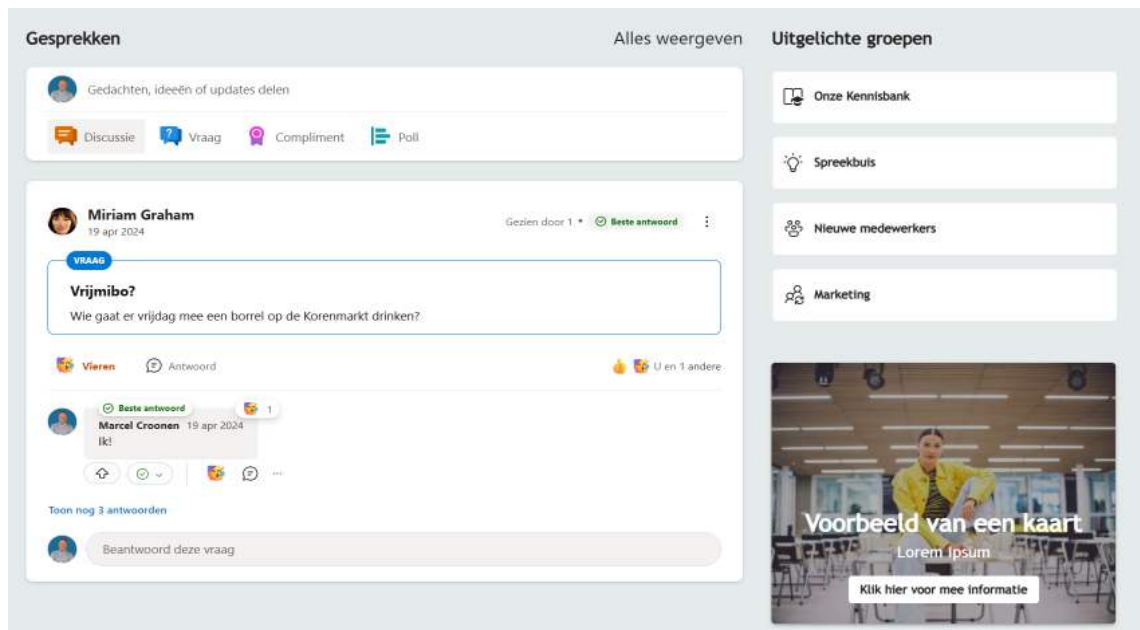
- **Betrokkenheid:** Mensen voelen zich onderdeel van de organisatie
- **Feedback:** Je leert wat er speelt en wat medewerkers nodig hebben
- **Kwaliteit:** Door vragen en reacties wordt informatie completer
- **Zichtbaarheid:** Posts met reacties worden vaker gezien door collega's

De wegwijzer van functies per communicatiekanaal

Kanaal	Primaire Focus	Functie
Teams	Werk, projecten & dagelijkse afstemming (afdeling- of projectgebonden).	Het kanaal voor directe actie. Je zendt hierheen om snel een beslissing te nemen, werk te delen of een tijdkritische vraag te beantwoorden.
Viva Engage	Afdelingsoverstijgend, informeel, cultuur & sociale verbinding (lange termijn dialoog, community).	Het kanaal voor cultuur & dialoog. Dit is de plek om de sfeer te verbeteren, leiderschap zichtbaar te maken, en de menselijke kant van de organisatie te stimuleren
SharePoint	Centrale bron van waarheid (officieel, gestructureerd, lange levensduur).	Het kanaal voor feitelijke betrouwbaarheid. Vaak de plek waar de link uit Teams of Viva Engage naartoe verwijst.

Viva Engage: van broadcast naar community

Viva Engage (voorheen Yammer) is gebouwd voor dialoog. Niet voor corporate nieuws van bovenaf, maar voor laagdrempelige uitwisseling tussen collega's.



Wanneer gebruik je Viva Engage:

- Voor vraagstukken waar je input van collega's bij wilt
- Bij veranderingen waar mensen vragen over hebben
- Voor interesse-communities (duurzaamheid, innovatie, gezondheid)
- Als plek voor informele kennisdeling

Wanneer juist SharePoint nieuws:

- Officiële updates van management
- Beleidswijzigingen die vastgelegd moeten worden
- Nieuws dat gefilterd moet per doelgroep
- Content die een lange levensduur heeft

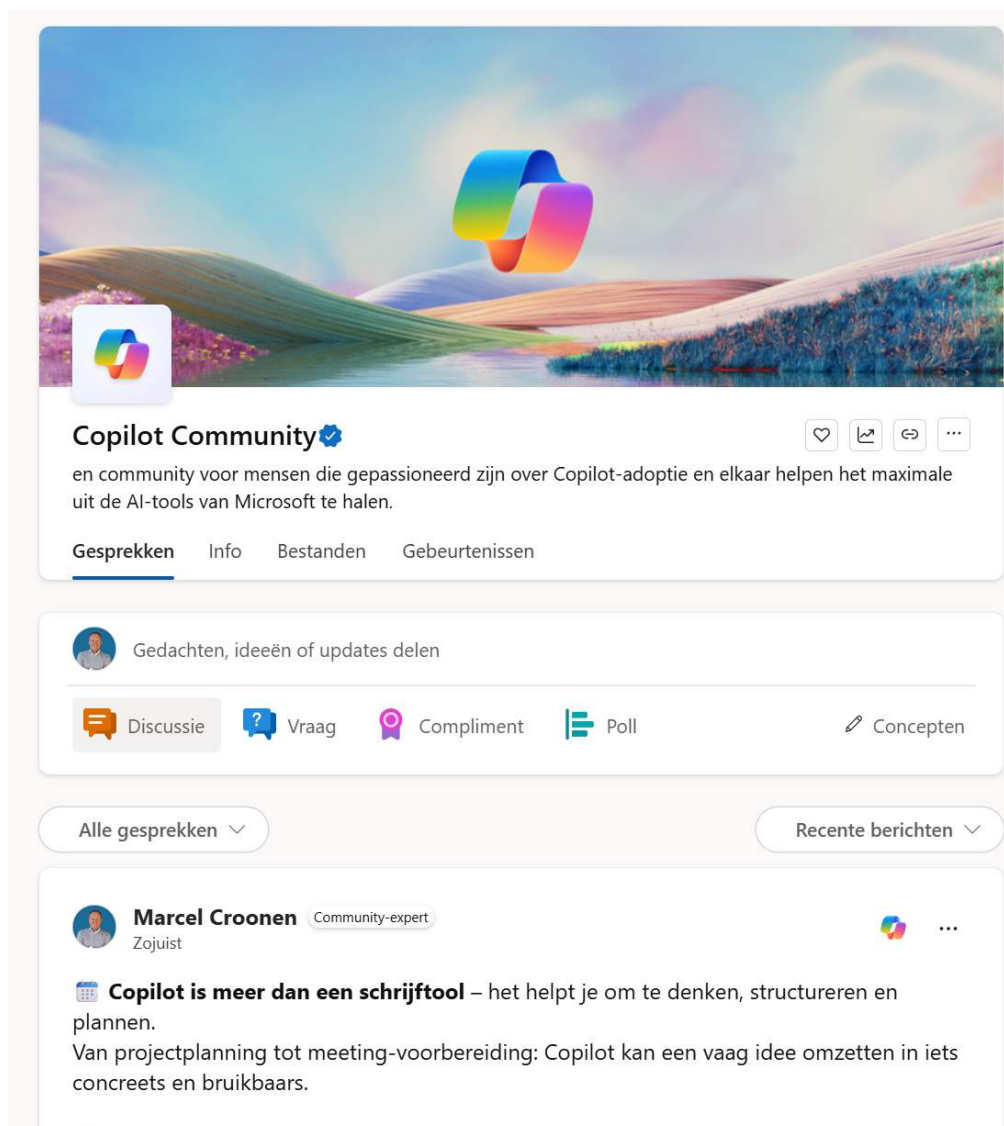
Tip: Gebruik niet alleen Viva Engage of alleen SharePoint. Gebruik beide, elk voor z'n sterke punten.

Een community opstarten: stappenplan

Je kunt niet zomaar een community maken en hopen dat mensen vanzelf komen. Het vraagt voorbereiding en actief management.

Stap 1: Helder doel en doelgroep

- Wat is het probleem dat deze community oplost?
- Voor wie is het bedoeld?
- Wat mag je verwachten (en wat niet)?



Voorbeelden:

- "Duurzaamheid in de praktijk" voor medewerkers die concrete duurzaamheidstips willen delen
- "Nieuwe managers" plek voor beginnende leidinggevendenden om vragen te stellen
- "Project Alpha" projectteam dat snel zaken wil afstemmen

Stap 2: Communitymanagers benoemen Een community zonder actieve begeleiding sterft. Wijs 2-3 mensen aan die:

- Regelmatig (2x per week) vragen stellen of content delen
- Reacties geven op posts van anderen
- Nieuwe leden welkom heten
- De toon bewaken (respectvol, constructief)

Stap 3: Lancering voorbereiden

- Welkomstbericht met duidelijke uitleg
- Eerste 3-5 posts al klaar (vraag, poll, praktijkvoorbeeld)
- Promotiemateriaal voor bestaande kanalen
- 5-10 early adopters al uitgenodigd

Stap 4: Eerste maand actief modereren De eerste 4 weken zijn cruciaal. Als er weinig gebeurt, haakt iedereen af.

- Stel minimaal 2x per week een vraag
- Reageer binnen 24 uur op elke post
- Deel successen ("al 50 leden!", "mooie tip van [naam]")
- Moedig stille leden aan te reageren

Stap 5: Doorgroeien naar zelfstandigheid Na 1-2 maanden moet de community zichzelf gaan voeden:

- Stel power users aan als extra moderators
- Laat moderatie afnemen naar 1x per week
- Focus op kwaliteit, niet op kwantiteit posts
- Blijf successen vieren

Community experts: erkenning voor waardevolle bijdragen

Naast communitymanagers kent Viva Engage ook de rol van **community expert**. Dit zijn leden die door de communitybeheerder worden aangewezen als autoriteit binnen de community.

Waarom community experts inzetten:

- **Erkenning:** Je belooft actieve leden die waardevolle kennis delen
- **Zichtbaarheid:** Hun bijdragen krijgen een expert badge
- **Motivatie:** Anderen zien dat expertise gewaardeerd wordt
- **Kwaliteit:** Nieuwe leden weten bij wie ze terecht kunnen

Verschil met communitymanagers:

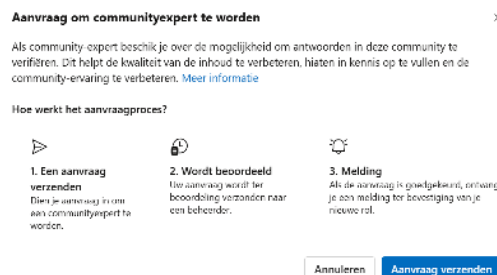
- Managers modereren en faciliteren
- Experts delen vooral hun vakkennis
- Je kunt meerdere experts hebben (per specialisme)

Praktisch:

- Wijs niet meteen bij lancering experts aan
- Laat eerst zien wie actief en waardevol bijdraagt
- Benoem na 2-3 maanden je eerste experts
- Communiceer waarom iemand expert is ("[Naam] is onze expert op gebied van...")

Experts laten zich melden:

Viva Engage heeft ook een "Request to be an expert" functie. Leden die zichzelf als expert zien, kunnen zich melden via de membership panel.



Hoe het werkt:

- Leden klikken op "Verzoek om een expert te worden"
- Ze zien een beschrijving van de rol en kunnen zich aanmelden
- Beheerders krijgen een melding en kunnen aanvragen goedkeuren
- Als beheerder kun je deze optie uitzetten als je dat wilt

Wanneer deze optie aan te laten:

- In kennisintensive communities (IT, finance, HR beleid)
- Als je bottom-up expertise wilt stimuleren
- Bij grotere communities waar je niet iedereen kent

Wanneer uit te zetten:

- Bij kleine, overzichtelijke communities
- Als je een strikt gecontroleerde expertrol wilt
- In communities met gevoelige onderwerpen

 **Tip: Begin met 2-3 experts per community. Te veel maakt de rol minder speciaal. Laat het "Request to be an expert" standaard aan staan en ga in gesprek met leden die zich aanmelden. Vaak zijn het precies de juiste personen**

Vraag in plaats van vertel:

Interactie stimuleren: praktische trucs

 "We gaan over op hybride werken"

 "Hybride werken komt eraan. Wat is jouw belangrijkste vraag hierover?"

Gebruik polls:

- Simpel, laagdrempelig, levert direct resultaat
- Maximum 3-4 antwoordopties
- Deel uitkomst altijd terug met conclusie

Shout-outs geven:

- Benoem mensen die goede bijdragen leveren
- "Dank aan Jip voor deze tip"
- Zorgt voor erkenning en motiveert anderen

Quick wins vragen: "Wat is jouw beste tijdbesparende hack in Teams?" Dit soort vragen levert altijd reacties op.

Reageer altijd: Ook op kritiek. Niet verdedigen, maar erkennen en uitleggen.

 **Tip: Zie de migratie als kans om opnieuw te beginnen. Welke communities voegden echt waarde toe? Welke waren eigenlijk dood? Start alleen met wat werkte, niet met alles wat er was.**

Checklist: community succesvol maken

- ☐ Helder doel en doelgroep gedefinieerd
- ☐ 2-3 actieve communitymanagers aangewezen
- ☐ Welkomstbericht en eerste content klaar
- ☐ Promotie via bestaande kanalen gepland
- ☐ Plan voor eerste maand (2x per week actief)
- ☐ Metrics om succes te meten (leden, posts, reacties)

5: Praktische tools en quick wins

Copilot: (Redactie en Efficiëntie)

Zie Copilot als jouw slimme, supersnelle redactie-assistent. Het is een fantastische tool om de moeite en tijd bij het creëren van content te verminderen.

Waar Copilot je helpt:

Wat het voor redacteuren betekent:

- **Eerste versie:** Laat Copilot een eerste concept van een nieuwsbericht (op basis van een beleidsdocument in SharePoint) of een aankondiging genereren. Dit bespaart je de 'angst van het lege blad'
- **Tone of voice check:** Vraag Copilot om een tekst die je hebt geschreven 'vriendelijker, korter of meer actiegericht' te maken, zodat deze aansluit bij de toon van jouw organisatie).
- **Samenvatten:** Gebruik Copilot om een lang beleidsdocument in een korte, mobiel-vriendelijke samenvatting van 100 woorden te vatten.
- **Alt-teksten & titels:** Laat Copilot suggesties doen voor pakkende koppen en accurate Alt-teksten voor afbeeldingen.

 **Tip: Gebruik Copilot niet blindelings. Zie het als eerste versie die jij aanscherpt met je expertise en kennis van de organisatie.**

Checklists voor verschillende situaties

Checklist: Nieuwe functionaliteit introduceren

- ☐ Duidelijk uitleggen wat het is
- ☐ Concrete voorbeelden van gebruik
- ☐ Waar vind je het
- ☐ Wie kan je helpen (champions)
- ☐ Link naar uitgebreidere info
- ☐ Feedback kanaal open stellen

Checklist: Crisis communicatie

- ☐ Snel en transparant communiceren
- ☐ Meerdere kanalen gebruiken (Teams + SharePoint + e-mail)
- ☐ Update zodra nieuwe info binnen komt
- ☐ Plek voor vragen faciliteren
- ☐ FAQ pagina aanmaken
- ☐ Duidelijke contactpersoon vermelden

Checklist: Event promotie

- ☐ 4 weken van tevoren eerste aankondiging
- ☐ 2 weken van tevoren reminder
- ☐ 1 dag van tevoren laatste reminder
- ☐ Elke aankondiging verschillende invalshoek
- ☐ Gebruik video testimonials van deelnemers vorig jaar
- ☐ Na event: fotoverslag en key takeaways

Checklist: Change communicatie

- ☐ Uitleg waarom de verandering nodig is
- ☐ Wat verandert er precies
- ☐ Wat blijft hetzelfde
- ☐ Tijdlijn en fases
- ☐ Impact per doelgroep
- ☐ Support en training aanbieden
- ☐ Regelmatige updates tijdens implementatie
- ☐ Ruimte voor vragen en zorgen

Huisstijl quick reference

Kleuren en fonts:

- Leg je vast in je Brandcenter / Merkencentrum (SharePoint)
- Maximum 2 fonts
- 3-4 hoofdkleuren
- Zorg voor voldoende contrast (gebruik de checker)

Do's:

- Consistente knoppen en links
- Alt-teksten bij alle afbeeldingen
- Witruimte rondom tekst
- Duidelijke hiërarchie in koppen

Dont's:

- Te veel verschillende fonts
- Lange teksten zonder tussenkopjes
- Kleine lettertypes (minimum 12pt)
- Te volle pagina's

Content kalender: planning die werkt

Een goede content kalender voorkomt dat je elke week in paniek content moet verzinnen.

Wat zet je in je kalender:

- Vaste rubrieken (maandelijkse CEO update, tweewekelijkse nieuwsbrief)
- Terugkerende events (jaargesprekken, open dagen)
- Seizoensgebonden content (zomervakantie regeling, kerstgroet)
- Campagnes (duurzaamheidsmaand, veiligheid eerst)
- Ruimte voor actueel nieuws (30% buffer)

Werk met thema's:

- Januari: nieuwjaarsstart, doelen
- Maart: ontwikkeling en leren
- Juni: zomer en ontspanning
- September: nieuwe ambities
- December: terugblik en vooruitblik

 **Tip: Maak je kalender niet te vol. Laat ruimte voor spontane content en actuele zaken.**

Handige Microsoft 365 Tools die je moet kennen

Microsoft Forms:

- Polls en enquêtes
- Feedback verzamelen
- Quiz voor training
- Eenvoudige aanmeldformulieren

Microsoft Stream:

- Video hosting
- Automatische ondertiteling
- Editen met M365 video editor Clipchamp.
- Analytics van views

Power Automate:

- Automatiseer herhalende taken
- Post automatisch in Teams bij nieuw nieuws
- Verstuur reminders
- Notificaties voor nieuwe community posts

Power BI:

- Visualiseer je statistieken
- Dashboards voor management en finance
- Real-time cijfers
- Vergelijk periodes

Let op: Power BI viewers hebben een Power BI licentie nodig.

 **Tip:** Wil je dashboards delen met iedereen? Exporteer ze naar afbeeldingen en plaats ze op een SharePoint pagina. Of gebruik simpele Excel/Teams visualisaties die iedereen kan zien.

Quick wins die je direct kunt implementeren

Quick win 1: Maak je meest gelezen artikel mobile-friendly. Test op je telefoon, optimaliseer, meet verschil in bereik.

Quick win 2: Voeg "reageer hieronder" toe aan je nieuwsberichten. Simpele aanpassing, direct meer interactie.

Quick win 3: Plaats top 5 links in Viva Connections dashboard. Scheelt zoektijd, verhoogt tevredenheid.

Quick win 4: Maak een "Vraag van de week" vaste rubriek in Viva Engage. Laagdrempelig, bouwt community op.

Quick win 5: Voeg alt-teksten toe aan je laatste 10 nieuwsberichten. Verbetert toegankelijkheid direct.

Je kunt de beste tools hebben, maar als niemand ze gebruikt, schiet je niks op. En daar ligt vaak de grootste uitdaging.

6. Adoptie en verandering

Het echte probleem: mensen meekrijgen

Waarom adoptie mislukt:

- "We hebben het altijd al zo gedaan"
- Onduidelijk wat het oplevert
- Te veel nieuwe tools tegelijk
- Geen tijd voor training
- Management doet niet mee

Adoptie is geen IT-project. Het is een verandertraject. En dat vraagt een andere aanpak.

De verandercurve in de praktijk

Bij elke verandering heb je te maken met verschillende groepen:

Innovators (5%): Willen alles als eerste proberen, enthousiast over nieuwe mogelijkheden. Dit zijn je champions.

Early adopters (15%): Zien de voordelen en stappen snel over. Belangrijk voor je proof of concept.

Early majority (35%): Willen eerst bewijs dat het werkt. Volgen als anderen positief zijn.

Late majority (35%): Sceptisch, wacht tot iedereen overstag is. Heeft vaak slechte ervaringen met eerdere tools.

Laggards (10%): Zullen altijd weerstand bieden. Focus hier je energie niet op.

Je strategie zal per groep verschillen. Niet iedereen overtuig je met dezelfde argumenten.

Champions programma opzetten

Champions zijn je geheime wapen. Champions zijn ambassadeurs binnen je organisatie: enthousiaste collega's die het goede voorbeeld geven, anderen op weg helpen en het gebruik van nieuwe tools vanzelf verspreiden. Geen officiële IT-trainers, maar enthousiaste collega's die anderen helpen.

Waarom champions werken:

- Collega's vertrouwen collega's meer dan IT of communicatie
- Champions spreken de taal van hun afdeling
- Ze kennen de praktische obstakels
- Hun enthousiasme werkt aanstekelijk

Hoe start je een champions programma:

Stap 1: Zoek de juiste mensen

- Niet de IT-nerds, maar de verbinders
- Mensen met invloed (formeel of informeel)
- Verspreid over afdelingen
- Mix van functies en senioriteit

Stap 2: Geef ze een duidelijke rol

- Help collega's met vragen (geen officiële support)
- Deel tips en trucs via je kanalen
- Test nieuwe features en geef feedback
- 2-3 uur per maand

Stap 3: Ondersteun je champions

- Maandelijks overleg
- Toolkit met tips, templates, how-to's
- Badge of titel (niet onderschatten!)
- Erkenning van management

Stap 4: Maak ze zichtbaar

- Spotlight op het intranet
- Contactpersoon voor hun afdeling
- Laat ze presenteren op teamdagen

 **Tip** Microsoft biedt een speciaal Champions-programma met trainingen, materialen en een internationale community. <https://adoption.microsoft.com/champions>

Management meekrijgen: zonder hen lukt het niet

Het meest frustrerende scenario: jij ziet de mogelijkheden, maar management blijft vasthouden aan de oude nieuwsbrief.

Waarom managers vasthouden aan oude gewoontes:

- Controle: ze weten zeker dat iedereen de mail krijgt
- Gemak: ze kennen het proces
- Zichtbaarheid: hun bericht staat er prominent
- Angst: wat als mensen negatief reageren?

Hoe overtuig je ze:

Spreek hun taal: niet 'Viva Engage is sociaal en leuk!', maar 'Met communities bereiken we nu 30% van de medewerkers – met deze aanpak wordt dat 70%.'

Laat data spreken:

- Hoeveel mensen openen de nieuwsbrief? (vaak schokkend laag)
- Waar zitten medewerkers echt?
- Vergelijk engagement cijfers

Start klein:

- Niet alles ineens veranderen
- Pilot met één team of afdeling
- Deel successen en leer van hobbels

Betrek ze:

- Laat management zelf ervaren hoe het werkt
- Nodig ze uit in een community
- Laat ze zien hoe collega's reageren

Zet voorwaarden:

- "We doen 2 maanden een pilot"
- "Als het niet werkt, evalueren we"
- Dit haalt weerstand weg

Weerstand doorbreken bij gebruikers

Ook collega's kunnen behoorlijk dwarsliggen. Terecht soms: ze hebben al 10 nieuwe systemen gehad die niks opleverden.

"Ik heb er geen tijd voor" → Laat zien dat het tijd bespaart. Quick win: "In Teams vind je bestanden 3x sneller dan in de oude mappenstructuur."

"Het werkt toch al zoals het nu gaat?" → Erken dat het werkt, maar laat het verschil zien. "Wat als je niet 10 mailtjes hoeft te sturen, maar 1 vraag in de community stelt?"

"Weer een nieuwe tool" → Koppel aan bestaande tools. "Je werkt al in Teams. Dit is geen nieuwe tool, maar een uitbreiding."

"Ik weet niet hoe het werkt" → Bied hands-on hulp. Geen PowerPoint training, maar samen inloggen en proberen.

"Management doet toch niet mee" → Moeilijkste. Daarom moet je management écht meekrijgen (zie hierboven).

Quick wins die overtuigen

Soms heb je gewoon een snelle overwinning nodig om iedereen te laten zien dat het werkt.

1. Toon directe interactie aan

Start projectupdates in één Teams-kanaal en meet hoeveel sneller de besluitvorming gaat dan via de mail.

2. Creëer transparant leiderschap

Organiseer één laagdrempelige Q&A met het management in Viva Engage. Vergelijk het aantal vragen/bereik met een fysieke sessie.

3. Sneller vinden

Plaats de top 10 meest gezochte links in Viva Connections en vraag / meet het aantal 'gevonden in één klik'-momenten.

4. Bereik de sceptici

Stuur één mobiel-geoptimaliseerde update en meet het openingspercentage onder mobiele gebruikers. Gebruik dit cijfer om de adoptiecampagne te starten.

5. Versnel onboarding en verminder vragen

Start een 'nieuwe collega - new hires' community en meet de daling in HR-vragen over basisonderwerpen.

Checklist: adoptiestrategie

- ☐ Champions programma opgezet (10-15 personen)
- ☐ Management actief betrokken
- ☐ Data over huidig gebruik verzameld
- ☐ Quick wins geïdentificeerd
- ☐ Communicatieplan voor lancering
- ☐ Training en support geregeld
- ☐ Meetplan om voortgang te volgen

Checklist: Is je verandering ADKAR-proof?

ADKAR is een verandermodel dat mensen stap voor stap begeleidt van bewustzijn en motivatie naar kennis, vaardigheid en blijvende verankering.

Awareness - Weten mensen waarom dit nodig is?

- ☐ Heb je uitgelegd wat het probleem is met de huidige situatie?
- ☐ Zien mensen de kloof tussen management (mail) en medewerkers (Teams)?
- ☐ Zijn de cijfers gedeeld (bereik huidige nieuwsbrief vs potentieel bereik)?

Desire - Willen mensen dit echt?

- ☐ Wat levert het op voor medewerkers? (sneller info vinden, minder mail)
- ☐ Wat levert het op voor management? (betere bereik, meer interactie)
- ☐ Hebben champions en early adopters hun enthousiasme gedeeld?

Knowledge - Weten ze hoe het werkt?

- ☐ Zijn er how-to's beschikbaar (video's, screenshots)?
- ☐ Kunnen mensen ergens terecht met vragen?
- ☐ Zijn er praktijkvoorbeelden van hoe anderen het gebruiken?

Ability - Kunnen ze het ook echt doen?

- ☐ Hebben mensen tijd om het te leren?
- ☐ Zijn de systemen toegankelijk (ook op mobiel)?
- ☐ Is er hands-on begeleiding beschikbaar?

Reinforcement - Blijft het beklijken?

- ☐ Blijft management het nieuwe kanaal gebruiken?
- ☐ Worden successen gevierd en gedeeld?
- ☐ Zijn er terugkerende momenten om te evalueren en bij te sturen?

We hebben de strategie nu scherp: de juiste tools, de juiste kanalen en de menselijke aanpak via Champions.

Maar een strategie is pas succesvol als je het bewijs levert. Dit is waar Meten is Weten om de hoek komt kijken. Onthoud: Adoptie is de strategie, meten is het bewijs.

Jouw taak als adviseur is niet alleen om de verandering te starten, maar ook om deze vast te houden en te verankeren. De cijfers helpen je hierbij. Ze tonen het succes aan het management én bieden de data die nodig is voor de Reinforcement-fase van het ADKAR-model: je beloont succes en stuurt bij waar nodig.

Laten we in het volgende hoofdstuk de focus leggen op de 3-5 kernmetrics die echt tellen

7. Meten is weten

Waarom cijfers zo belangrijk zijn

Je kunt het gevoel hebben dat je communicatie goed werkt, maar zonder cijfers weet je het niet zeker. En belangrijker: je kunt het niet aantonen aan je management.

Cijfers helpen je om:

- Te bewijzen dat je aanpak werkt (of niet)
- Budget te rechtvaardigen
- Bij te sturen waar nodig
- Successen te vieren met je team

Welke cijfers tellen echt voor communicatie

Niet alle metrics zijn even waardevol. Focus op de cijfers die iets zeggen over je doelen.

Bereik metrics:

- Hoeveel mensen hebben je bericht gezien?
- Hoeveel unique views op je nieuwsartikel?
- Hoeveel mensen zitten in de community?

Dit vertelt je of je bericht aankomt waar je het wilt hebben.

Engagement metrics:

- Hoeveel reacties op je bericht?
- Hoeveel likes of shares?
- Hoeveel mensen vulden je poll in?

Dit vertelt je of mensen betrokken zijn, niet alleen maar lezen.

Actie metrics:

- Hoeveel mensen klikten op je link?
- Hoeveel aanmeldingen voor je event?
- Hoeveel downloads van je document?

Dit vertelt je of mensen ook daadwerkelijk iets doen met je bericht.

Retention metrics:

- Komen mensen terug?
- Hoeveel herhaalde bezoekers op het intranet?
- Hoe actief is de community na 3 maanden?

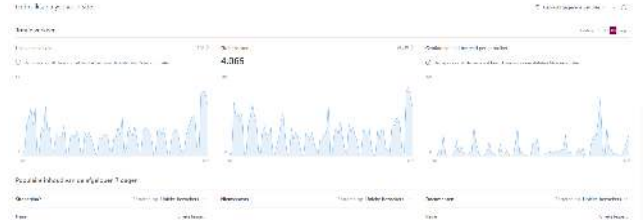
Dit vertelt je of het blijft werken, niet alleen de eerste week.

 **Tip: Kies 3-5 kernmetrics die bij je doelen passen. Probeer niet alles te meten.**

Waar je de kerncijfers vindt in Microsoft 365

SharePoint analytics (De betrouwbaarheid meten)

- Ga naar je site → Site usage
- Zie aantal views per pagina
- Populairste content
- Unieke bezoekers bezoekers



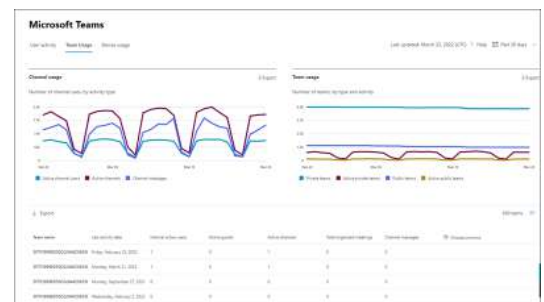
Viva Engage analytics (De betrokkenheid meten)

- Community insights in de community settings
- Aantal leden, posts, reacties
- Meest actieve leden
- Groei over tijd



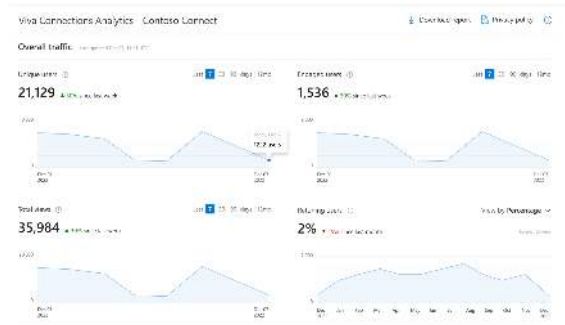
Teams usage (De dagelijkse activiteit meten)

- Microsoft 365 admin center → Reports → Teams (vraag eventueel IT om hulp)
- Actieve gebruikers
- Berichten per kanaal
- Meeting activiteit



Viva Connections (Het bereik op mobiel meten)

- De mobiele toegangspoort tot je intranet en tools. Analytics meten of de content aankomt bij de eerstelijns werkers of mobiele kenniswerkers in jouw organisatie.
- Mobiele Activiteit: Geeft inzicht in het gebruik via de Teams mobiele app



Extra inzicht: Wat de standaard tools je niet vertellen (Microsoft Clarity)

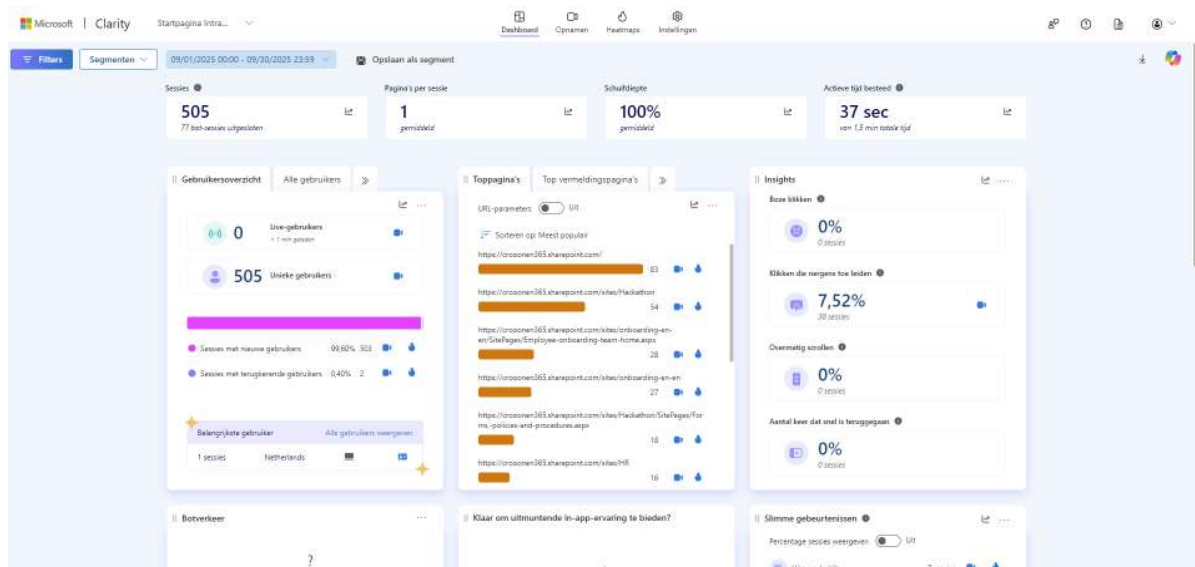
De standaard analytics vertellen je hoe vaak een pagina wordt bekeken. Maar ze vertellen je niet wat de gebruiker doet tijdens het lezen. Microsoft Clarity is een gratis, externe tool van Microsoft die je deze diepere inzichten geeft, wat cruciaal is voor het verbeteren van je adoptie- en communicatiestrategie.

- Inzicht Wat het betekent voor communicatie
- Heatmaps Je ziet letterlijk waar collega's klikken, scrollen of blijven hangen op de SharePoint-pagina. Dit vertelt je of ze de Call-to-Action wel zien.
- Opnames van Sessies Je kunt zien hoe een anonieme collega door de pagina navigeert. Dit identificeert directe frustraties (bijvoorbeeld: te veel scrollen of gebroken links).
- 'Dead Clicks' Laat zien waar mensen klikken terwijl er géén link is. Dit wijst op verwarrende lay-out of onduidelijke navigatie

Clarity is gratis en gemakkelijk op te zetten. Overleg met de functioneel beheerder om de Clarity tracking code toe te voegen aan je SharePoint-pagina's. De inzichten in frustratie en klikgedrag zijn van onschatbare waarde om je content daadwerkelijk gebruiksvriendelijk te maken.

Van zenden naar verbinden

De standaard analytics vertellen je hoe vaak een pagina wordt bekeken. Maar ze vertellen je niet wat de gebruiker doet tijdens het lezen. Microsoft Clarity is een gratis, externe tool van Microsoft die je deze diepere inzichten geeft, wat cruciaal is voor het verbeteren van je adoptie- en communicatiestrategie.



ROI aantonen aan management

"Return on investment" klinkt zakelijk, maar het gaat gewoon om: levert het op wat we erin stoppen?

Voorbeeld ROI berekening:

Situatie voor:

- 10 MT-leden besteden elk 1 uur per maand aan het versturen van dezelfde informatie via e-mail.
- 300 medewerkers ontvangen maandelijks 20 e-mails met overlappende informatie (ruis)
- Kosten: 10 uur MT-tijd (zeg Eur 1000,- per maand) + structurele productiviteitsverlies door ruis

Situatie na:

- 1 gecoördineerd nieuwsbericht per maand, gepubliceerd op SharePoint en gedeeld in Teams/Viva Engage
- Gepubliceerd op SharePoint, gedeeld in Teams
- Vragen worden in centraal beantwoord (niet 10x apart)
- Winst: Minimaal 8 uur MT-tijd besparing (Eur 9.600,- per jaar, puur op managementtijd).

Geld en strategie: Besparing in euro's + winst in besluitvorming.

Tel bij deze besparing de winst op van snellere besluitvorming, minder herhalende HR-vragen en de verbeterde betrokkenheid, en je ROI is helder. Je bewijst dat investeren in de juiste tools en structuur geld oplevert, in plaats van kost.

Andere ROI voorbeelden:

Champions programma:

- Investering: 10 champions x 3 uur per maand = 30 uur
- Opbrengst: 50% minder support tickets, snellere adoptie nieuwe tools
- ROI: Positief na 3 maanden

Community voor nieuwe medewerkers:

- Investering: Opzetten + modereren = 5 uur per maand
- Opbrengst: 80% minder herhalende vragen bij HR
- ROI: Positief vanaf week 1

Dashboards maken voor je stakeholders

Niemand zit te wachten op een Excel met 50 kolommen. Maak overzichtelijke dashboards die in 1 oogopslag laten zien hoe het gaat.

Dashboard voor management:

- Bereik: X% medewerkers bereikt deze maand
- Engagement: X reacties en interacties
- Top 3 populairste content
- Trend: +X% tov vorige maand

Dashboard voor redacteurs:

- Views per artikel
- Engagement rate
- Beste publicatietijd
- Populairste onderwerpen

Dashboard voor jezelf:

- Voortgang op jaardoelen
- Quick wins behaald
- Champions activiteit
- Te verbeteren punten

 **Tip: Gebruik Power BI of een simpele Excel visual. Belangrijkste is dat het regelmatig (maandelijks) wordt bijgewerkt.**

Wat doe je met de cijfers?

Metten alleen lost niks op. Je moet er ook naar handelen.

Als bereik laag is:

- Publiceer je op de juiste plekken?
- Promoot je je content actief?
- Staat het in Teams/Viva Connections?

Als engagement laag is:

- Is je content interessant genoeg?
- Stel je vragen die uitnodigen tot reactie?
- Is interactie überhaupt mogelijk?

Als actie laag is:

- Is je call-to-action helder?
- Is de volgende stap te moeilijk?
- Komt je bericht op het juiste moment?

Als retention laag is:

- Blijft je content relevant?
- Is er genoeg nieuwe content?
- Zijn je communities actief genoeg?

Checklist: je meetstrategie

- ☐ 3-5 kernmetrics gekozen die bij je doelen passen
- ☐ Weet waar je de cijfers kunt vinden
- ☐ Dashboard opgezet voor management
- ☐ Maandelijkse review ingepland
- ☐ ROI berekening gemaakt voor belangrijkste initiatieven
- ☐ Plan om bij te sturen op basis van cijfers

Templates die je leven makkelijker maken

In plaats van elk bericht opnieuw vanaf nul beginnen, maak herbruikbare templates.

Template 1: Management nieuws

- Hero afbeelding
- Inleiding (waarom dit belangrijk is)
- Kern boodschap (wat verandert er)
- Impact (wat betekent dit voor jou)
- Volgende stappen
- Vraag of feedback optie

Template 2: Event aankondiging

- Opvallende foto of graphic
- Wat, wanneer, waar
- Voor wie is het bedoeld
- Waarom zou je komen
- Aanmeldknop
- Contact voor vragen

Template 3: How-to artikel

- Screenshot of foto van eindresultaat
- Waarom je dit zou willen
- Stap-voor-stap uitleg (genummerd)
- Screenshots bij complexe stappen
- Video tutorial (optioneel)
- "Hulp nodig?" met link naar support

Template 4: Team spotlight

- Teamfoto
- Wie zijn we
- Waar werken we aan
- Leuke feitjes over het team
- Contact opnemen met het team

8: Top 10 valkuilen en hoe je ze vermijdt

Als communicatieprofessional loop je tegen bepaalde uitdagingen aan. Hier zijn de 10 meest voorkomende valkuilen en hoe je ze voorkomt.

1. Te veel kanalen zonder strategie

De valkuil: SharePoint, Teams, Viva Engage, e-mail, nieuwsbrief, posters... alles wordt gebruikt zonder duidelijkheid wanneer je wat inzet. Gevolg: niemand weet meer waar ze informatie moeten zoeken.

De oplossing: . De oplossing is niet stoppen met kanalen, maar afspraken maken over de rol. Gebruik de kanaalmatrix uit Hoofdstuk 4 om de rol van elk platform vast te leggen.

- **SharePoint: Officieel, gestructureerd en de enige bron van waarheid.**
- **Teams:** Dagelijkse samenwerking en kort, projectgebonden overleg.
- **Viva Engage:** Discussie, dialoog, cultuur en afdelingsoverstijgende verbinding.
- **E-mail :** Alleen voor urgente, cruciale of rechtsgeldige informatie (denk aan reorganisatie of calamiteiten). De e-mail moet altijd doorverwijzen naar de complete, officiële versie op SharePoint.

2. Nieuws zonder doelgroep

De valkuil: Je publiceert nieuws dat voor iedereen bedoeld is, maar niemand interesseert. Of erger: nieuws dat maar voor 10% relevant is wordt naar 100% gestuurd.

De oplossing: Gebruik audience targeting in SharePoint. Laat HR-nieuws alleen zien aan HR, operationeel nieuws alleen aan operations. Iedereen ziet wat relevant is.

3. Niet mobiel testen

De valkuil: Je maakt prachtige berichten op je desktop, maar 60% van je collega's leest het op hun telefoon waar het er verschrikkelijk uitziet.

De oplossing: Altijd preview op mobiel. Nog beter: test elke week op echte mobiele apparaten met verschillende schermformaten.

4. Toegankelijkheid als bijzaak

De valkuil: "Doen we later wel als we tijd hebben." Intussen kunnen slechtziende collega's je content niet lezen en missen mensen met dyslexie de helft van je boodschap.

De oplossing: Bouw toegankelijkheid in vanaf dag één. Dit is geen nice-to-have, maar een hygiënefactor voor inclusieve communicatie. Gebruik de Accessibility Checker in SharePoint en maak van alt-teksten een standaard onderdeel van je publicatieproces (Hoofdstuk 3). Dit verhoogt bovendien de vindbaarheid van je content.

5. Te ruime of te krappe rechten

De valkuil: Iedereen kan overal bij (chaos) of juist niemand kan ergens bij (frustratie).

De oplossing: Werk met duidelijke rechtengroepen: lezers, redacteurs, eigenaren. Review elk kwartaal of het nog klopt.

6. Oude content blijft staan

De valkuil: Nieuws van twee jaar geleden staat nog prominent op de homepage. Beleidsregels zijn achterhaald, maar niemand heeft ze verwijderd.

De oplossing: Wacht niet op handmatige actie; automatiseer je content-levenscyclus. Maak afspraken over archivering, maar bereid je vooral voor op slimme tools. De AI-functionaliteit (Knowledge Agent) in SharePoint is ontworpen om verouderde pagina's automatisch te signaleren of zelfs te archiveren, waardoor je de efficiëntiewinst pakt (Hoofdstuk 3).

7. Geen of te vage huisstijlrichtlijnen

De valkuil: Elke afdeling maakt z'n eigen pagina's met andere kleuren, fonts en stijlen. Het ziet er rommelig uit en voelt niet als één organisatie.

De oplossing: Leg huisstijl vast in Brandcenter, maak templates beschikbaar en handhaaf de standaard. Geef redacteuren duidelijke do's en dont's.

8. Te technisch communiceren

De valkuil: "Implementatie van SSO federatie voor MFA compliance" - niemand begrijpt wat je bedoelt.

De oplossing: Schrijf voor je minst IT-savvy collega. Test je teksten: kan je moeder/buurman het begrijpen? Gebruik concrete voorbeelden.

9. Geen data gebruiken

De valkuil: Je publiceert content zonder te weten of het gelezen wordt. Je hebt geen idee wat werkt en wat niet.

De oplossing: Kijk maandelijks naar je cijfers (Hoofdstuk 7). Je kunt je aanpak niet bewijzen zonder data. Gebruik de ROI-berekening uit Hoofdstuk 7 om aan het management aan te tonen dat de nieuwe aanpak (minder e-mail, meer Viva Engage) leidt tot tijdsbesparing en hogere betrokkenheid (bijvoorbeeld meting van mobiel bereik en kliks op dashboardkaarten).

10. Alleen zenden, nooit luisteren

De valkuil: Alles is eenrichtingsverkeer. Management stuurt, medewerkers ontvangen. Niemand kan reageren of vragen stellen.

De oplossing: Maak van elk nieuwsbericht een gesprek en faciliteer de dialoog. Dit begint met het altijd reageren op feedback in de communities en het actief gebruikmaken van interactietools (Hoofdstuk 4). Gebruik polls en gerichte vragen om input te verzamelen, en toon aan dat de mening van collega's gewaardeerd wordt (rol van de verbinders/champions uit Hoofdstuk 6).

Checklist: ben je klaar?

Strategie:

- ☐ Kanaalstrategie bepaald (wat publiceert je waar)
- ☐ Doelgroepen in kaart gebracht
- ☐ Champions programma opgezet
- ☐ Management commitment geregeld

Content:

- ☐ Templates gemaakt voor verschillende berichttypen
- ☐ Huisstijlrichtlijnen vastgelegd
- ☐ Content kalender voor komende 3 maanden
- ☐ Toegankelijkheid standaard onderdeel van proces

Tools:

- ☐ Viva Connections geactiveerd in Teams
- ☐ 2-3 communities opgezet en actief
- ☐ Dashboard met top links voor medewerkers
- ☐ Copilot getest voor contentcreatie

Meten:

- ☐ Kernmetrics bepaald
- ☐ Dashboard gemaakt voor management
- ☐ Maandelijks review ingepland
- ☐ ROI berekening gemaakt

Adoptie:

- ☐ Trainingsmateriaal beschikbaar
- ☐ Quick wins gerealiseerd
- ☐ Communicatieplan voor lancering
- ☐ Feedbackkanaal geopend

Tot slot

Interne communicatie in Microsoft 365 draait niet om de tools. Het draait om verbinding maken tussen mensen, teams en informatie.

Jouw rol als communicatieprofessional is cruciaal. Jij zorgt ervoor dat de kloof tussen management en medewerkers overbrugd wordt. Jij maakt van eenrichtingsverkeer échte dialoog. Jij zorgt dat informatie mensen bereikt waar ze al zijn

Het is niet altijd makkelijk. Je moet management overtuigen, budgetten verantwoorden, gebruikers meekrijgen én ondertussen de dagelijkse communicatie draaiende houden.

Maar als het lukt? Dan merk je het direct: meer betrokkenheid, snellere informatiedeling, beter samenwerken. En dat maakt jouw werk waardevol en meetbaar..

Eerste stappen voor morgen:

1. Kies één quick win uit dit e-book en voer hem uit
2. Identificeer je vijf potentiële champions
3. Meet waar je nu staat (bereik, engagement)
4. Plan een gesprek met management over jullie kanaalstrategie
5. Test je laatste nieuwsbericht op mobiel

Succes met je intranet en digitale werkplek. Start klein, meet de impact en stuur bij op basis van data. Dat is de enige weg naar structureel succes.

Ik ben benieuwd naar jou belangrijkste inzicht of eerste stap na het lezen van deze gids. Deel je reactie met me op LinkedIn.

<https://www.linkedin.com/in/marcelcroonen>

Over de auteur

Ik ben Marcel Croonen, en mijn missie is om de kloof tussen interne communicatie-doelen en de gereedschapskist van Microsoft 365 te overbruggen.

Ik schrijf deze gids omdat ik geloof dat jouw werk draait om verbinding maken en het besparen van kostbare tijd. Daarom richt ik mij op het vertalen van technologie naar effectieve en efficiënte werkprocessen voor kennisorganisaties zoals die van jou.

Je vindt mijn nieuwste inzichten over M365-innovaties en praktische tips regelmatig op LinkedIn. Ik ondersteun communicatieprofessionals en functioneel beheerders zoals jij graag bij het maken van impactvolle interne communicatie die de verbinding daadwerkelijk versterkt.

Vragen, feedback of wil je verder sparren over jouw intranet?

Neem contact op via LinkedIn of mail naar mcroonen@csolutions.nl

<https://www.linkedin.com/in/marcelcroonen>

