

# METEN INTERNE COMMUNICATIE

ACTIEPLAN VOOR HET METEN VAN INTERNE  
COMMUNICATIE

# 01 INTAKE

Omschrijf de belangrijkste elementen die je nodig hebt om goed inzicht te krijgen in de 'intake'. Denk daarbij aan volgende vragen:

- Wat is de onderzoeksvraag?
- Waarom wil de organisatie dit weten?
- Wat is het uiteindelijke doel?
- Budget beschikbaar?
- Wat is een realistische timing?

**NOTITIES:**

# NOTITIES:

## 02 VOORONDERZOEK

Welke informatie heb je nodig voor je met de (echte) meting kan starten? Denk hierbij aan volgende vragen:

- Vertalen van onderzoeksvraag naar duidelijke subvragen.
- Over welke informatie beschik je nu al?
- Welke informatie moet je nog verzamelen? Denk daarbij aan deskresearch (vakliteratuur, benchmarks, ...), opleiding, nog specifieke gesprekken met mensen binnen je organisatie of experts buiten je organisatie vereist, ... ?

NOTITIES:

# NOTITIES:

## 03 ONTWERP VAN METING

Hoe ga je meten? Probeer hierbij je onderzoeksvraag zo concreet mogelijk te omschrijven. Denk daarbij ook nog aan volgende elementen:

- kpi's (doelstellingen) opstellen: wat wil je exact meten?
- Timing: hoe lang zal het onderzoek duren? Wat zijn de belangrijke 'mijlpalen'?
- Ga je voor kwantitatief of kwalitatief onderzoek? Argumenteer je keuze.
- Resources en bijhorend budget inschatten.
- Wat is de impact op het personeel?
- Validatie binnen organisatie: wie valideert er tegen wanneer?
- Communicatie over meting voorzien (indien nodig)

### NOTITIES:

# NOTITIES:

## 04 UITVOEREN VAN METING

Nu kan je starten met de meting. Denk aan elementen waarmee je tijdens de meting rekening moet houden: opvolgen van timing en budget, meetcriteria, tussentijdse communicatie (indien nodig), nadenken over analyse en rapportage en terugkoppeling naar management.

NOTITIES:



# NOTITIES:

## 05 ANALYSE EN RAPPORTAGE

Besteed tijdens de fase van analyse en rapportage zeker aandacht aan volgende aspecten:

- Criteria voor meten (betrouwbaarheid, validiteit, ...) finaal checken
- Formuleer op basis van analyse een antwoord op je onderzoeksvraag (zie fase 1 & 2)
- Vertel een verhaal (ondersteund met data uit je analyse)
- Koppel naar je management of stuurgroep terug over de timing en budget van het onderzoek
- Communicatie naar belangrijkste stakeholders
- Problemen en uitdagingen voor de toekomst vermelden

NOTITIES:

# NOTITIES:

## 06 AANVULLENDE OPMERKINGEN

Zijn er nog aanvullende opmerkingen die je tijdens de meting niet uit het oog mag verliezen? Vermeld ze dan zeker hier.

**NOTITIES:**

# VRAGEN?

Heb je vragen naar aanleiding van dit document? Aarzel niet om ons te contacteren:



[info@starfishconsultancy.be](mailto:info@starfishconsultancy.be)



Starfish Consultancy - HR-data analysis

Alvast bedankt en veel succes met het meten van jouw interne communicatie!

