

Het fundament van je verhaal: het themahuis

Organisaties zijn zich veelal bewust van het belang van een scherpe positionering en onderscheidende profilering. Een brug slaan tussen die twee blijkt echter vaak een lastige klus. De strategie is helder, maar het is de uitdaging om deze tot leven te brengen. Anders gezegd, hoe kunnen organisaties meer positie claimen op hun strategische thema's?

Op zoek naar de samenhang

Het vraagt lef en zelfbewustzijn om positie te pakken en te behouden op maatschappelijk relevante thema's. Betekenis toevoegen vanuit deze thema's dient niet alleen haar weerslag te vinden in gedrag maar ook in de profilering van een organisatie. Het is die tweeslag die de beeldvorming kantelt en een versnelling te weeg brengt. Maar hoe voer je meer regie op de eigen strategische thema's?

Een themahuis is onderdeel van de oplossing: een praktisch hulpmiddel

dat helpt de strategische thema's te vertalen in relevante boodschappen voor de buitenwereld. Het themahuis vormt de kapstok voor de communicatie, de rode draad in alle uitingen. Bovendien structureert het themahuis de antwoorden van de organisatie op vragen vanuit maatschappelijk, markt- en medewerkersperspectief.

Met het bouwen van een themahuis leg je een stevig fundament onder al je communicatie en breng je focus aan in de uitingen. Het themahuis is het koppelstuk tussen de organisatie en de buitenwereld.

Het begint met de inhoud

Zonder een vertaling van de strategische thema's naar heldere boodschappen, bestaat de kans dat de organisatie er onvoldoende in slaagt haar positionering voor het voetlicht te brengen.

Een themahuis ondersteunt de organisatie om op een consistente wijze te communiceren over waar zij voor staat. Het themahuis biedt de bouwstenen voor strategische communicatie. De basis voor stakeholderprogramma's, agendasetting en profilering.

Communiceren vanuit een themahuis stelt organisaties in staat om vanuit een gemeenschappelijk perspectief te communiceren richting verschillende stakeholdergroepen.

Het themahuis leent zich ook uitstekend als toetssteen voor al je communicatie en strategie. Ideaal wanneer er uiteenlopende stakeholders bereikt moeten worden. Een onmisbaar instrument om je reputatie zowel te bouwen als te beschermen.

Drie fasen

In drie stappen komen wij samen met het management-team tot een themahuis:



INVENTARISEREN

Op basis van desk-research en interviews met in- en externe sleutelspelers brengen wij de belangrijkste strategische thema's in kaart.



PRIORITEREN

In een werksessie worden de contouren vastgesteld en de prioriteiten bepaald: wat is de overkoepelende thematiek? Welke keuzes moeten worden gemaakt? Hoe laden we de thema's? En wat is de bewijslast?



IMPLEMENTEREN

In een werksessie delen we het themahuis en brengen we samen de mogelijke vervolgstappen in kaart.

Het resultaat: een uitgewerkt themahuis en inzicht in de vervolgstappen, de basis voor de verdere profilering.

Hoe kan het themahuis worden benut?

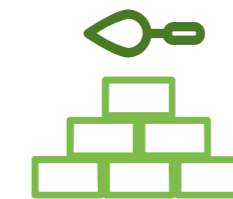


Het themahuis bestaat uit een overkoepelende boodschap (het 'dak' van het huis), met alle benodigde bouwstenen om de positionering tot leven te brengen:

- het overkoepelende thema (de essentie/purpose van waar u voor staat en waar u voor gaat);
- de ondersteunende thema's (drie perspectieven die altijd terugkomen in de boodschap): vanuit maatschappij, professionele stakeholders en individu;
- bewijslast, voorbeelden die de boodschap onderbouwen geloofwaardig en actueel maken. Denk aan cijfers ter onderbouwing of anekdotes ter illustratie.

In de totstandkoming van het themahuis worden heldere prioriteiten gesteld: welke thema's en boodschappen zijn leidend?

De thema's kunnen worden benut voor de ontwikkeling van diverse strategische uitingsvormen, zoals onder andere achtergrondinterviews, elevator pitches, persberichten, themadialogen en speeches.



Met het bouwen van een themahuis leg je een stevig fundament onder al je communicatie en breng je focus aan in de uitingen

Een onmisbaar instrument om je reputatie zowel te bouwen als te beschermen



Meer weten over de mogelijkheden om te komen tot een themahuis?

Bel dan (030) 2312510 voor meer informatie of mail **Ede Steen** via e.steen@reputatiegroep.nl

of **Joke Thijssen** via j.thijssen@reputatiegroep.nl



Adres Maliebaan 92, 3581 CX Utrecht, Nederland • www.reputatiegroep.nl