



Positionering, profilering...vieze woorden in het Sociaal Domein

Met de transities in het Sociaal Domein kijken gemeenten en andere stakeholders strenger naar de kwaliteit en de maatschappelijke meerwaarde van aanbieders in zorg en welzijn. Natuurlijk is het belangrijk om goed werk te leveren en die meerwaarde aan te tonen, maar helaas is dat niet voldoende. Om dé partner in het sociaal domein te zijn en vooral te blijven, is het belangrijk om u te onderscheiden van andere partijen, goede relaties op te bouwen met stakeholders en een sterk imago te creëren bij cliënten. Met andere woorden, u moet zich bezig gaan houden met positionering en profilering.

'Profilering, positionering? Dat zijn toch marketingtermen?' hoor ik u denken. 'Dat is voor commerciële bedrijven en past niet in het sociaal domein.' Of toch wel? Steeds meer maatschappelijke organisaties zien de noodzaak van een sterke positionering en profilering om hun positie in het sociale domein te behouden. En niet voor niets... Alleen met een sterke positionering kunt u aan de buitenwereld laten weten waar u voor staat. Een goede profilering zorgt ervoor dat u gezien en gevonden wordt, dat inwoners positief over u praten en dat de gemeente en andere stakeholders enthousiast worden van de verhalen van de inwoners en uw medewerkers. Hierdoor blijven deze partijen graag met u samenwerken.

Positionering begint van binnenuit

Een sterke positionering begint van binnenuit. Met de vraag: *wat is de bedoeling* van uw organisatie? En welke *kernwaarden* horen daarbij? Samen vormt dit de organisatie-identiteit. Essentieel is dat deze identiteit niet achter een bureau is bedacht, maar gedragen en doorleefd wordt door alle medewerkers en vrijwilligers in de organisatie. Daarna formuleert u *wat* u precies doet voor *wie*. Wat zijn uw diensten en producten? Wat is uw doelgroep? En wat is uw maatschappelijke meerwaarde? Dat vormt tezamen de positionering van de organisatie. Uw plek in het maatschappelijke speelveld.

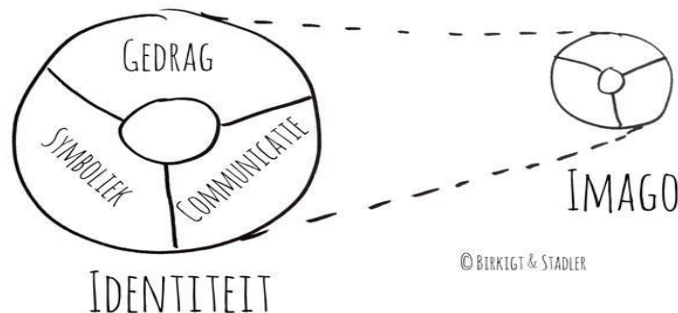
Profilering vanuit medewerkers en vrijwilligers

Vandaaruit kunt u zich gaan *profileren*. We denken daarbij al snel aan allerlei marketingachtige instrumenten: een billboard, een radioreclame, adverteren in huis-aan-huiskrant.

Ook al zijn dit best waardevolle middelen zijn in de marketingmix, zij missen allen de kern. Profilering begint met datgene wat uw medewerkers elke dag doen en zeggen. Tegen cliënten, inwoners, samenwerkingspartners, ambtenaren... Alleen als zij het verhaal van de organisatie met trots en enthousiasme vertellen, kun je het gewenste imago en de onderscheidende positie in het speelveld verkrijgen. Vervolgens leidt een passende huisstijl en communicatieplan natuurlijk tot het breder profileren in de markt, het vergroten van naamsbekendheid en het versterken van de verhalen van medewerkers.

Drie communicerende vaten

Wij spreken hierin ook wel van drie communicerende vaten: gedrag/verhalen van medewerkers, symboliek (logo, huisstijl) en communicatie (instrumenten, boodschappen). Wanneer deze drie met elkaar in lijn zijn en hetzelfde beeld uitstralen naar buiten, dan kunt u daadwerkelijk een sterk imago creëren. Bovendien is dit de basis van waaruit sterke relaties met stakeholders en gemeente kunnen worden opgebouwd.



Wat kan Participe Advies voor u betekenen?

De adviseurs van Participe Advies hebben jarenlange ervaring in het ondersteunen van organisaties bij de profilering en positionering van bedrijven. Door het uitvoeren van strategische marketing- en communicatietrajecten, en het uitvoeren van Maatschappelijke Business Cases helpen wij organisaties zich te onderscheiden, goede relaties op te bouwen, en hun meerwaarde aan te tonen.

Onze adviseurs kennen het sociaal domein, de huidige werkwijzen en weten de ingrijpende stelselwijzing door te vertalen naar de praktijk.

Dit doen wij door:

- Toepassen creatieve werkvormen
- Advies
- Training
- Procesbegeleiding

Meer Informatie

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Marnix Buijtendijk op 06 52 09 09 68 of per mail via info@participeadvies.nu.

Participe Advies

Uw verbindingspartner
in het sociaal domein