

Het feedbackplatform voor de ultieme communicatie

Een manier om fans te betrekken bij en mee te laten denken met de organisatie.



IGNATION

Project	Een feedbackplatform voor ultieme communicatie met supporters.				
Vakgebied	Communicatie	Partij	Ignation	Door	Rolf Craenen (Chief Mission Control, Ignation) en Brian Donderwinkel (Stagiair, KNVB)

In de zomer van 2017 klopte een grote luchtvaartmaatschappij aan bij Ignation, een bedrijf dat zich richt op het vertalen van innovaties naar zowel soft- als hardware. Er werd een plan ontwikkeld om op een innovatieve wijze te communiceren met klanten, medewerkers, leveranciers en partners. Hieruit ontstond het feedbackplatform.

In 2015 richtte Rolf Craenen Ignation op. Het bedrijf kent inmiddels vier verschillende vestigingen in Nederland en één in Stockholm. Vanuit deze vestigingen worden praktijkvraagstukken opgelost en wordt er gekeken naar technische oplossingen waar mensen zelf mee aan de slag kunnen.

Waarom een feedbackplatform?

Craenen: "De vraag die zich bij ons aandiende luidde als volgt: Op welke wijze kun je de diverse klantdoelgroepen en overige direct betrokkenen rondom een organisatie een stem geven en daadwerkelijk mee laten denken over de toekomst?" In het geval van eerder genoemde luchtvaartmaatschappij kwam binnen de eigen organisatie een breed en divers palet aan goede en bruikbare ideeën en initiatieven naar voren. Ideeën en initiatieven, waar tot op dat moment nog geen gebruik van werd gemaakt. Hierbij kan bijvoorbeeld worden gedacht aan ideeën op het gebied van innovatie, maar ook oplossingen en suggesties voor problemen waar vliegtuigpassagiers mee te maken hebben. Ideeën, initiatieven en suggesties die de organisatie daadwerkelijk verder konden helpen. Er werd een vorm gevonden waarin de voorstellen van medewerkers die dagelijks in de organisatie werkzaam zijn tot op het niveau van de beleidsbepalers en beslissers konden doordringen. Voorstellen, die voorheen de beleidsbepalers en beslissers niet bereikten.

De ambitie om de omgeving actief bij het bedrijf te betrekken, bleef niet beperkt tot de managers en medewerkers van de betreffende luchtvaartmaatschappij én tot het beleid in de nabije toekomst. Ook leveranciers en partners werden uitgenodigd om mee te denken en hun

feedback te geven. Ook het op dat moment huidige beleid werd in de beschouwing betrokken. En dat reikt verder dan het op de hoogte houden van dit huidige beleid en uitgewerkte plannen voor de toekomst. Dit is uiteindelijk allemaal geïmplementeerd in het feedbackplatform.

Hoe werkt het?

"Het systeem dat is gebouwd kent een aantal onderdelen. De luchtvaartmaatschappij communiceerde pro-actief welke initiatieven en plannen speelden en welke op stapel stonden. Daarbij werd aangegeven op welke punten en in welke fase van de ontwikkeling van bepaalde producten en diensten de feedback en ideeën nadrukkelijk werden gevraagd. Aanvullend werd de mogelijkheid geboden om continu, dat wil zeggen buiten deze processen en fasen om, ideeën, initiatieven en oplossingsvoorstellen in te brengen." aldus Craenen.



Op deze geplaatste ideeën kon vervolgens door iedereen die daarvoor uitgenodigd was worden gestemd. Alle geplaatste ideeën zijn zichtbaar voor de betreffende doelgroep, die nadrukkelijk werd uitgenodigd om deze ideeën 'omhoog of omhoog te stemmen'. Op deze wijze ontstaat er een ranglijst van zaken die bij de betrokkenen spelen. De bedenkers van de vijf ideeën met de meeste stemmen werden uitgenodigd om het idee nader toe te lichten.

Craenen licht toe: "Er is gekozen voor een in de tijd afgesloten periode waarin we het platform online hebben gezet. Een periode met een eenduidige en voor iedereen heldere start en

finish waarin heel bewust aan de slag is gegaan met de bepaalde doelgroep. Ignation heeft er voor gezorgd dat het platform in de juiste stijl en vormgeving op de site van de luchtvaartmaatschappij is weergegeven. Daarnaast is er voor gezorgd dat het op ieder apparaat eenvoudig werkt. Het systeem draait op een techniek waar veel experts verstand van hebben, waardoor de luchtvaartmaatschappij na implementatie niet afhankelijk bleef van Ignation. Ook is er een koppeling gelegd naar het eigen CRM-systeem, zodat er direct vanaf de start een koppeling ontstond met de bestaande systemen."

"Met een feedbackplatform haal je de ideeën naar boven en kunnen fans stemmen op goede of minder goede ideeën en maatregelen."

- Rolf Craenen, Chief Mission Control

Op welke wijze kan dit interessant zijn voor BVO's?

Fans volgen de club op een bijzonder betrokken manier. Craenen ziet hier in mogelijkheden: "Ook hier ligt heel veel potentie. Met een feedbackplatform haal je de ideeën naar boven en kunnen fans stemmen op goede of minder goede ideeën en maatregelen." Ook bij clubs verdient het aanbeveling om de initiatiefnemers van de ideeën met de meeste stemmen uit te nodigen op de club om een nadere toelichting te geven.

Misschien is niet ieder idee direct toepasbaar, maar ook de luchtvaartmaatschappij merkte dat in de kern van de ideeën altijd mogelijkheden liggen. Samen met supporters de club verder helpen en innoveren kan zeer interessant zijn: het versterkt de betrokkenheid en laat het draagvlak voor verandering in het algemeen en beleid en beslissingen in het bijzonder zien.

Daarnaast kunnen BVO's dit in diverse varianten toepassen. Het hele jaar door als tabblad op de clubwebsite zetten, waarin iedereen kan meedenken en stemmen op de geplaatste voorstellen. Maar ook door een bepaalde periode in het jaar de seizoenkaarthouders te benaderen. Ook dit is iets wat te monitoren valt voor de clubs en later aangepast kan worden.

Net als bij de samenwerking met de luchtvaartmaatschappij is het in een vroeg stadium communiceren van de projecten die spelen binnen de BVO op het platform een kansrijke optie. Een combinatie van interne plannen en de ideeën/suggesties van supporters vormt wat betreft vernieuwing en draagvlak een kansrijk pad voor zowel het heden als de nabije toekomst.

Met andere woorden: de invulling van een feedbackplatform is vanzelfsprekend aan de BVO zelf. Maatwerk is daarbij het uitgangspunt. De ervaring vanuit het geïmplementeerde feedbackplatform bij de luchtvaartmaatschappij leert ons wel dat er op deze wijze relevante inzichten kunnen ontstaan. Op die wijze sla je samen met je achterban de weg naar je toekomst in en creëer je betrokkenheid van supporter tot directie.



TIPS:

- **Kijk naar manieren om grotere groepen supporters te betrekken bij je organisatie.**
- **Het delen van plannen en beleid in een vroegtijdig stadium versterkt de betrokkenheid van fans en andere doelgroepen.**
- **Zorg ervoor dat de ideeën vanuit de achterban ook de beleidsbepalers en beslissers bereiken, een feedbackplatform is daarin een mogelijkheid.**

Iedere club heeft goede voorbeelden. Wat is de Good Practice van jouw club? Neem contact op met KNVB Expertise en deel jouw goede voorbeeld met je collega's in het betaald voetbal!