

White Sheet 2^{de} seminar 8 oktober 2009

Stelling: *Is de identiteit van de organisatie de som van de afzonderlijke leden?*

Inleiding

Gedurende 2009 belichten wij in een reeks van drie seminars, soms vanuit onorthodoxe hoek of anders gezegd, out-of-the-box, een centraal HR thema. In 2009 is er gekozen voor het thema "kwalitatieve en kwantitatieve personeelsbezetting". Het tweede seminar is door gastspreker Jan Bunk van Bureau Bunk vormgegeven.

Samenvatting

In een tijdsbestek van twee uur is door een verkenning van het begrip Identiteit en een stelling gekeken naar de invloed van het individu op de groepsidentiteit. Als input voor het creëren van de identiteit van de groep zijn de competenties van elk afzonderlijke deelnemers "bij elkaar opgeteld". Dit heeft geleid tot een naam van de groep en een bijpassende beeldmerk. Na de vraag "Wie kan zich identificeren met de gekozen naam en beeldmerk?" was er 1 van de 15 groepsleden die zich kon identificeren. De aanwezigen hebben zelf ervaren dat de som van de afzonderlijke leden niet altijd lijdt tot de identiteit van de groep. Maar wat dan wel? Zijn de factoren context, omgeving, doelgroep en referentiegroep dan zo belangrijk dat het om een benchmark vraagt?

Eerste verkenning van het begrip identiteit

- Een typering / karakterisering / iets wat iets uniek maakt / verbijzonderd / te duiden is / aan te herkennen is
- iets waarmee iets te onderscheiden is / te kaderen is / te categoriseren valt / te plaatsen valt / waaraan te refereren valt
- Aan de ene kant uniek, maar dus ook ergens een beetje van hetzelfde? (conventie)
- iets wat blijkbaar niet een constante is, maar evolueren kan
- iets wat in houding veranderen kan in een andere context / tijdsbeeld

Tweede verkenning van het begrip Identiteit:

- Gemeenschappelijk bewustzijn van een lichaam/organisatie
- Gezamenlijk vormend tot een opzichzelfstaand lichaam/organisatie
- Intern bewustzijn van waar de grootste kracht zit
- Mate van invloed op identiteit is afhankelijk van groeps grootte, historie en levering van product of dienst
- De context/omgeving van de entiteit is bepalend voor de identiteit
- Een referentiegroep is mede bepalend (om te spiegelen)

Wat stuur je met identiteit

- Gezamenlijk Bewustzijn van Identiteit geeft sturing
- Versterken Interne Gemeenschappelijkheid
- Relevant Unieke Zichtbaar maken (m.b.v. merk-identiteit)
- Helpt bij maken van een beter te Onderscheiden Product/Dienst
- Monitoren Perceptie van Buitenaf (ijkpunten voor reflectie)
- Continu kunnen blijven Anticiperen (evolutie)

Voorbeeld Internal Branding Matrix | Bronsonn HR

Behaviour	Cultuur	Training
Competentiemanagement	Helden	Introductie/assimilatie
Code of Conduct	Kernwaarden (competenties)	Kennis
Waarden	Symbolen Huisstijl	Kunde
HR reglement	Bedrijfskleding	Communicatie
Voorbeeldgedrag	Benchmark/Context/omgeving	Management Development

Recruiting	People	Loyalty
Werving (arbeidsmarktcom.)	Stijl van Leidinggeven	Binden en Boeien
Selectie	Personeelsplanning	Waardering & Beloning
Competentiegericht interview	Netwerkmanagement	Functie inhoud
Successionplanning	Gender m/v	Loopbaanbeleid
	Diversiteit	Uitstroom

White Sheet 2^{de} seminar 8 oktober 2009

Bureau Bunk [www.bureaubunk.nl]

