

ACTIVATIE STAPPENPLAN



Van challenge naar gedragsverandering



Stap 1: Het doel bepalen

Een succesvolle activatie begint bij een heldere doelstelling. Deze doelstelling moet niet alleen logisch zijn vanuit organisatiedoelen, maar ook herkenbaar en relevant voor medewerkers.

Formuleer het doel vanuit het perspectief van de deelnemer. Wat levert deelname hem of haar op. Betrek medewerkers bij het formuleren van de doelstelling en zorg dat deze concreet en meetbaar is.

Denk vooraf na over hoe je evalueert of het doel is behaald en welke indicatoren daarbij helpen.

Stel jezelf onder andere de volgende vragen:

- Waarom is deelname aantrekkelijk?
- Wat wil de organisatie bereiken met dit initiatief.
- Is het mogelijk om vooraf en achteraf een meting te doen.

Stap 2: Bedenk een actie

Kies een actie die eenvoudig, vrijwillig en laagdrempelig is. De actie moet aansluiten bij de doelstelling en inspelen op een duidelijke behoefte. Hoe eenvoudiger de actie, hoe groter de kans op deelname.

Sta stil bij praktische randvoorwaarden. Denk aan culturele gevoeligheden, technische haalbaarheid en de vraag of deelname goed te combineren is met het dagelijks werk. Een goede actie brengt mensen bij elkaar en nodigt uit tot herhaling.

Denk ook vooruit. Hoe kan deze actie, of een variant ervan, terugkeren binnen de organisatie.

Stap 2: Maak een planning

Een duidelijke planning vergroot de kans op succes. Werk vanuit het einddoel terug en maak onderscheid tussen de periode vóór de actie, tijdens de actie en na afloop.

Neem hierin het beschikbare budget mee en stel een kernteam samen met medewerkers uit verschillende lagen van de organisatie.

Bepaal wie de coördinator is en wie als ambassadeur optreden. De coördinator bewaakt het proces, ambassadeurs staan dicht bij de doelgroep en zorgen voor activatie binnen kleinere groepen.

Breng mogelijke risico's in kaart en werk waar nodig alternatieve scenario's uit.

Stap 4: Betrekken

Activatie slaagt alleen wanneer medewerkers zich aangesproken voelen. Niet iedereen wordt door dezelfde boodschap geactiveerd.

Breng in kaart welke doelgroepen er zijn binnen de organisatie en hoe zij het beste bereikt worden. Denk na over wat je van hen verwacht en welke rol leidinggevenden hierin spelen. Voorbeeldgedrag is hierbij essentieel.

Werk een duidelijke communicatiestructuur uit en zorg voor ruimte om feedback op te halen en daarop bij te sturen



Stap 5: Promoten

Promotie ondersteunt activatie, maar hoeft niet groots te zijn. De intensiteit is afhankelijk van de beschikbare middelen en de omvang van de organisatie.

Kies een duidelijke naam voor de actie en zorg voor een praktische toolkit met communicatiemiddelen die deelname zo eenvoudig mogelijk maken. Denk aan heldere instructies, visuele ondersteuning en korte, duidelijke boodschappen. Waar mogelijk kan een centrale online plek helpen om informatie te bundelen en zo zichtbaarheid te vergroten.

Stap 6: Samenwerken

Stel een actieteam samen en verdeel taken helder. Maak afspraken over verantwoordelijkheden, voortgang en bereikbaarheid.

Houd bij wat er gebeurt en speel in op signalen uit de organisatie. Zorg dat medewerkers vragen kunnen stellen en zich gehoord voelen. Waardering voor inzet, ook binnen het actieteam, draagt bij aan betrokkenheid.

Stap 6: Voor, tijdens en na

Zorg vooraf voor herkenbaarheid en duidelijkheid. Kondig de actie tijdig aan en zorg dat materialen en processen gereed zijn.

Tijdens de actie is zichtbaarheid belangrijk. Deel voortgang, ervaringen en verhalen van deelnemers om anderen te stimuleren.

Na afloop is afronding essentieel. Bedank deelnemers, deel resultaten en geef aan wat er met de opbrengsten of inzichten gebeurt.

Stap 8: Evalueren en borgen

Evalueer zowel het proces als het resultaat. Verzamel ervaringen van deelnemers en bespreek deze met het interne team.

Leg vast wat goed werkte en wat verbeterd kan worden. Gebruik deze inzichten om vervolgininitiatieven sterker in te richten.

Het uiteindelijke doel is dat activatie geen los project blijft, maar bijdraagt aan een werkwijze waarin aandacht voor welzijn en betrokkenheid vanzelfsprekend wordt

Samenvatting

Effectieve activatie vraagt om een gestructureerde aanpak waarin doel, communicatie en betrokkenheid samenkomen. Medewerkers haken niet zomaar aan omdat iets wordt aangeboden, maar omdat zij het belang ervan begrijpen en door voorbeeldgedrag en enthousiasme worden gemotiveerd.

Door activatie te benaderen als een proces in plaats van een losse actie, ontstaat ruimte voor herhaling en bewustwording. Dit stappenplan biedt houvast om initiatieven doelgericht op te zetten en te borgen, zodat activatie bijdraagt aan duurzame betrokkenheid en vitaliteit binnen de organisatie.

