

# Interne communicatie

## DEFINITIE

**Definitie:** Interne communicatie houdt zich bezig met het organiseren, beheren en sturen van menselijke middelen en interactierelaties binnen de organisatie.

### Interne communicatie, een vector van informatie binnen het bedrijf.

- Het helpt mensen om het bedrijf te begrijpen **door ze regelmatig te informeren over de doelstellingen van de organisatie.**
- Het **optimaliseert de toegankelijkheid** van informatie binnen de organisatie.
- Het **probeert de circulatie van informatie** in alle richtingen te bevorderen (top-down, transversaal, bottom-up).
- Het **vergemakkelijkt de informatiestroom:** aangezien al het collectieve werk coördinatie vereist, stelt het elke werknemer in staat om effectiever te zijn in de taken die hen zijn toegewezen, omdat ze die beter begrijpen.
- Het **bevordert dialoog en transparantie** binnen de organisatie
- Het creëert **informatiecentra** en bouwt een netwerk dat de hele organisatie omspant.
- Het helpt om **werknemers de informatie te geven** die ze nodig hebben om zichzelf te situeren en het doel van hun werk te begrijpen.
- Het maakt het mogelijk om **informatie te delen tussen collega's** en zo bij te dragen aan de ontwikkeling van collectieve intelligentie binnen de organisatie.
- Het is **het geheugen van het bedrijf**, het logboek.

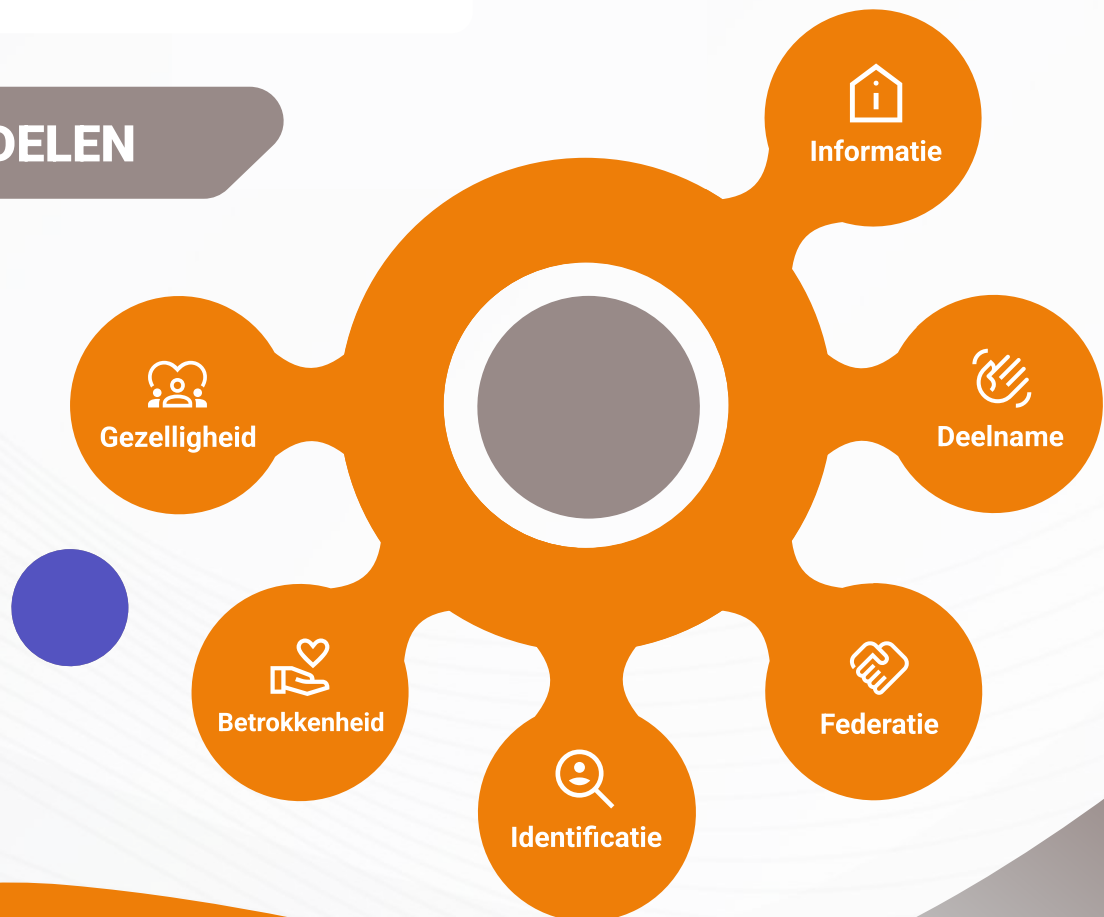


## MOTIVATIE

interne communicatie, het cement van motivatie en cohesie binnen de organisatie

- Het **moedigt mensen aan om samen te werken** en helpt hen om **elkaar beter te leren kennen**.
- Het is een **vector van betekenis, waarden en bedrijfscultuur**.
- Het helpt **het imago van de organisatie te verbeteren** bij de mensen die er werken.
- Het **versterkt de cohesie** van de werkgemeenschap door de missie, visie en waarden van het bedrijf te communiceren.
- Het **verdedigt het collectieve belang**, het hogere belang van de organisatie boven individuele belangen, het idee dat iedereen zich kan inzetten voor iets dat groter is dan zichzelf.
- Het **verhoogt de legitimiteit** van het bedrijf in de ogen van het personeel.

## ZIJN 6 ONDERDELEN



# ALGEMENE VOORWAARDEN



1

Het wordt toevertrouwd aan een **welomschreven persoon** die vertrouwd is met **elementaire communicatiepraktijken**, die **geloofwaardig is in de ogen van het personeel**, die erin geslaagd is **het vertrouwen van collega's** te winnen en die **het vertrouwen geniet van het Algemeen Management**.

2

Het maakt gebruik van echte praatjes en **geloofwaardige discours** en is **niet vergelijkbaar met interne marketing**.  
Het is gebaseerd op de **algemene strategie van de organisatie** en **volgt de richtlijnen** ervan.

3

Het is gericht op personeel op **regelmatige en terugkerende basis**

4

Het is toegankelijk voor **de hele werkgemeenschap, ongeacht het hiërarchische niveau** :

- Werknemers
- Arbeiders
- Mobiele werknemers