

Lijst van indicatoren

A Indicatoren voor concerncommunicatie

- 1 DUIDELIJKHEID: de profilering van de organisatie is helder en er is ruime algemene informatie over de organisatie beschikbaar.
- 2 OMGEVINGSGERICHTHEID: voor de reputatie van de organisatie belangrijke netwerken worden goed onderhouden en er is een actief mediabeleid.
- 3 CONSISTENTIE: er is een coherente huisstijl en afstemming met andere functionele gebieden en met andere communicatieactiviteiten.
- 4 RESPONSIVITEIT: er is monitoring en actie op basis van issuemanagement.
- 5 EFFECTIVITEIT EN EFFICIENCY: planning en onderzoek worden toegepast, bijvoorbeeld het corporate image wordt gemeten en er zijn procedures voor capaciteitsplanning en inkoop van communicatiedeskundigheid.

B Indicatoren voor marketingcommunicatie

- 1 DUIDELIJKHEID: de positionering en presentatie van de merken is helder.
- 2 OMGEVINGSGERICHTHEID: voor de distributie en afzet belangrijke netwerken worden goed onderhouden en er is samenwerking met grote klanten of 'brandcommunities'.
- 3 CONSISTENTIE: er is afstemming met andere elementen van de marketingmix, met andere gebieden zoals internal branding.
- 4 RESPONSIVITEIT: marktgericht werken gebeurt op basis van monitoring van (latente) behoeftes en consumententrends.
- 5 EFFECTIVITEIT EN EFFICIENCY: er is onderzoek onder business partners en klanten waarbij brand images worden gemeten en er is een kostenbewuste werkwijze bij uitbesteding van werkzaamheden.

C Indicatoren voor interne communicatie

- 1 DUIDELIJKHEID: medewerkers hebben een helder beeld van bedrijf en missie en er is een effectief intern informatiesysteem.
- 2 OMGEVINGSGERICHTHEID (interne en externe omgeving): communicatie versterkt betrokkenheid en bevordert een communicatieve houding.
- 3 CONSISTENTIE: er is samenhang van interne en externe communicatie en afstemming met personeelszaken waarbij communicatie interne veranderingen ondersteunt.
- 4 RESPONSIVITEIT: communicatie draagt bij aan het interne zicht op externe veranderingen en interne signalen van medewerkers worden benut.
- 5 EFFECTIVITEIT EN EFFICIENCY: het gebruik van interne media wordt gevolgd en de tevredenheid met interne communicatie onderzocht.

D Indicatoren voor de organisatie van de communicatie

- 1 DUIDELIJKHEID: de visie op communicatie is helder en het is helder wie welke communicatie verzorgt.
- 2 OMGEVINGSGERICHTHEID: de functie communicatie is ingebed in de organisatie en medewerkers hebben een goed inzicht in wat speelt bij het bedrijf.
- 3 CONSISTENTIE: het communicatiebeleid sluit aan bij het bedrijfsbeleid en er zijn gemeenschappelijke vertrekpunten voor communicatie.
- 4 RESPONSIVITEIT: de werkwijze is gericht op ontwikkeling en innovatie van de communicatie.
- 5 EFFECTIVITEIT EN EFFICIENCY: de prioriteiten in de communicatie worden verantwoord, en er is een kostenbewuste werkwijze en prestatiemeting van de communicatie wordt toegepast.