

INTERNATIONALE PUBLICATIES OVER SALES

Wat hebben Nout Wellink, Dirk Scheringa en Rijkman Groenink met elkaar gemeen? Zij werden als bestuurder de personificatie van de organisatie die ze vertegenwoordigden. Het imago van de organisatie wordt in dat geval verbonden met die van de bestuurder. Hierdoor heeft het blinde vertrouwen in ondernemingen en hun bestuurders de laatste tijd een forse deuk opgelopen. De genoemde schoolboekvoorbeelden van hoe het niet moet leren ons het belang van goed reputatiemanagement.



Het boek met de toepasselijke titel 'De vent is de tent', geschreven door Paul Stamsnijder, behandelt reputatiemanagement in de praktijk. Stamsnijder heeft het boek geschreven om een impuls te geven aan het professionaliseren van reputatiemanagement en het versterken van persoonlijk leiderschap, zodat bestuurders en hun communicatieprofessionals beter zijn toegerust om de regie op de beeldvorming over hun organisatie te vergroten en daarmee meer waarde te creëren. Daarin is de auteur mijns inziens voortreffelijk geslaagd.

Apple en Microsoft zijn reuzen met ieder een omzet van tientallen miljarden dollars en duizenden werknemers. Zulke grootheden zijn voor het publiek maar moeilijk te bevatten. Media hebben daar iets op gevonden. De titanenstrijd tussen de technologiegiganten wordt gereduceerd tot een partijtje armworstelen tussen Bill Gates en Steve Jobs. Dat is wel zo overzichtelijk. Dus toen in mei van dit jaar Apple op de beurs voor het eerst meer waard was dan Microsoft, schreef 'NRC Handelsblad': 'De visionair Steve Jobs versloeg zijn tegenstander Bill Gates op diens sterke punt: leiderschap.'

De toegenomen aandacht voor de 'poppetjes' aan de top is volgens Stamsnijder een van de consequenties van de veranderende relatie tussen bedrijven en hun stakeholders: 'De markteconomie is een marktsamenleving geworden. De beeldvorming over bedrijven is daarin heel belangrijk. Zoals Chris Anderson zei: "Your brand is what Google says it is, not what you say your brand is."'

'Een goede reputatie is gebaseerd op het vertrouwen dat stakeholders stellen in een organisatie. Dat gaat veel dieper dan het imago van een organisatie, het heeft te maken met identiteit. Om ons heen zien we een algeheel gebrek aan vertrouwen – in de overheid, in de rechtspraak, maar ook in bedrijven. Dat is een ernstige crisis, want vertrouwen is de haarlemmerolie van iedere vorm van contact. Zonder vertrouwen heeft een bedrijf geen enkele waarde. Reputatiemanagement of -leiderschap is misschien niet het antwoord op de vertrouwenscrisis, maar het maakt organisaties wel omgevingsbewuster. Het vergroot de organisatiesensitiviteit. Dat is in de eerste plaats de verantwoordelijkheid van de top van het bedrijf. De raad van bestuur moet ervoor zorgen dat reputatiemanagement op een goede manier wordt ingebed in de organisatie.'

Het is bekend: identiteit van een organisatie komt tot uiting in gedrag, symboliek en communicatie, imago is het beeld dat anderen van een organisatie hebben op grond van hun ervaringen, kennis en indrukken, een reputatie daarentegen kost een langere adem en deze moet je opbouwen, sterker nog: je moet hem verdienen. Stamsnijder geeft in zijn boek talrijke actuele voorbeelden van situaties waarbij de reputatie van een organisatie ernstig in het geding is gekomen. Denk aan de ANWB, BP, de Nederlandsche Bank, Hogeschool InHolland, Nokia, de Staatsloterij en Toyota. Tegelijkertijd toont Stamsnijder aan dat organisaties met een goede reputatie aantrekkelijker zijn voor klanten, investeerders, eigen medewerkers, de politiek en de media. En dezelfde organisaties blijken zelfs beter in staat te zijn om crises te overleven. Bekende

voorbeelden hiervan zijn: Albert Heijn, Van Gansewinkel Groep, McKinsey, Nationale-Nederlanden, Rabobank en TNT.

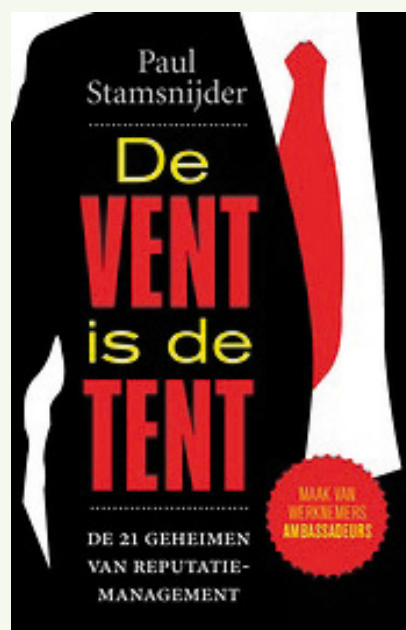
'De vent is de tent' is een praktisch boek dat de meest recente inzichten behandelt op gebied van positionering en identiteitsontwikkeling, sociale media, crisiscommunicatie, maatschappelijk verantwoord ondernemen en corporate storytelling. Stamsnijders boek is een aanrader voor bestuurders, managers, leidinggevend en corporate / marketing communicatieprofessionals.

De vent is de tent

Auteur: Paul Stamsnijder

EAN: 9789052617954

Uitgever: Academic Service



Auteur: Richard Austie

www.socrates-trainingen.nl