



arteveldehogeschool

LID VAN DE ASSOCIATIE UNIVERSITEIT GENT

*Strategisch handelen in functie van een
dynamisch stakeholdersmanagement*

Veerle Opstaele en Wim Vanseveren

Jouw beeld over stakeholders?



A photograph of a sailboat on the ocean. The boat is white with a white sail. In the foreground, a white buoy is visible in the water. The sky is blue and the water is dark blue. The text is overlaid on the top left of the image.

alleen ga
je sneller,
samen kom
je verder

**Van gelijk hebben
naar
gelijk krijgen**
(Van der Vurst)

Basiselementen: over impact hebben

- Beïnvloeden is als **ademen** : even natuurlijk en even noodzakelijk
- We laten ons beïnvloeden door **bondgenoten**, niet door vijanden
- Als je een goed idee niet verkocht krijgt, kun je het evengoed niet hebben

- Als je je impact wil vergroten, focus dan op

je kracht

= wij zijn zelf het belangrijkste
beïnvloedingsinstrument

Strategieën voor beïnvloeding in je samenwerkingsverband

- Gericht beïnvloeden
- Alfa-strategieën
- Omega-strategieën
- Werkplan

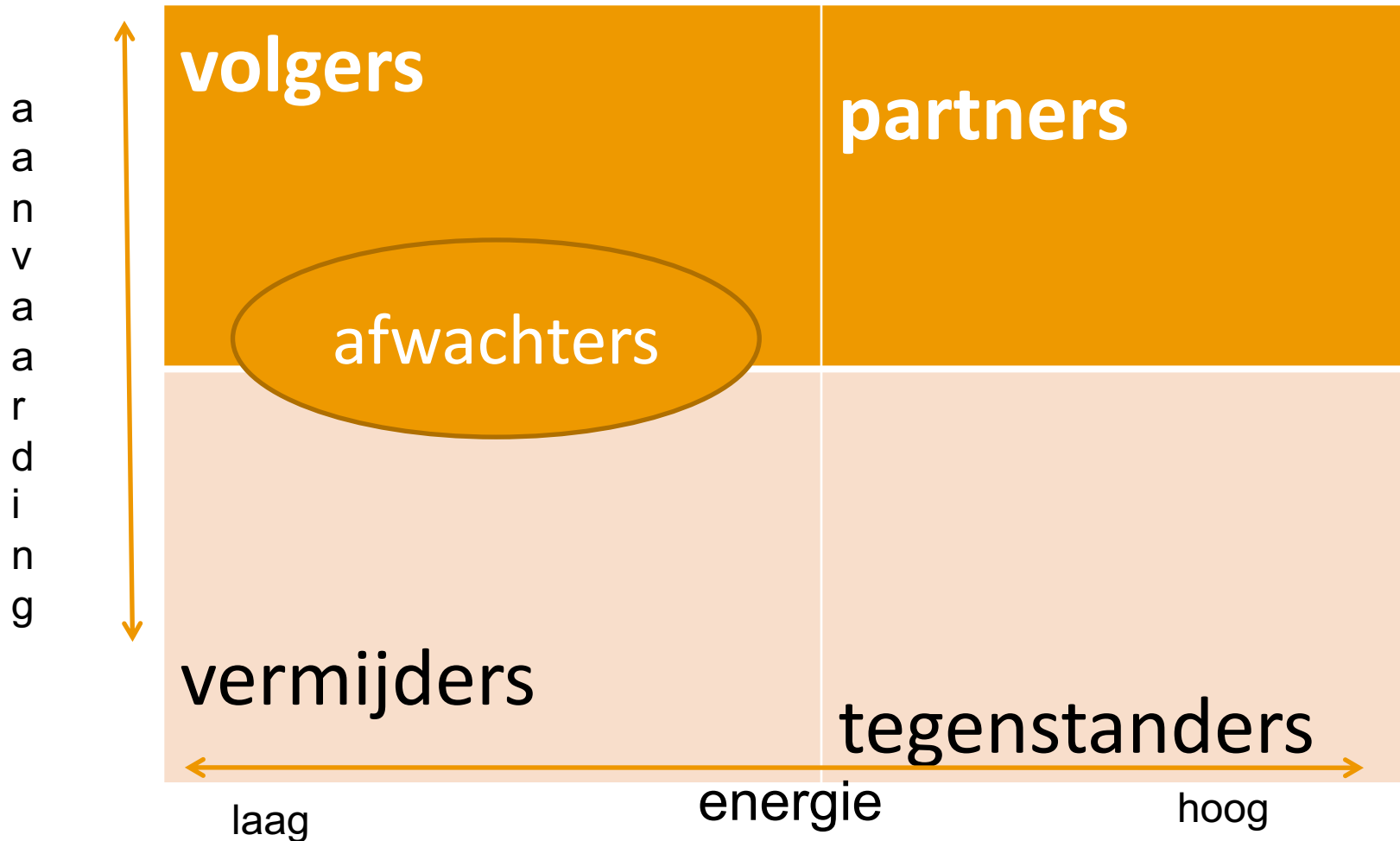
Gericht beïnvloeden: de eerste stap

- Zijn de doelstellingen die ik beoog haalbaar?
- Wat wil ik bereiken ? Bij wie ? Wie heeft er belang en is betrokken bij mijn project, vraag, ...?

Tweede stap !

Benoem elk van de partijen. Definieer voor elk ervan hun huidige positie ten aanzien van je voorstel of project. Plaats alle betrokkenen in een bepaalde **positie**.

Stakeholder analyse



Opdracht: stap 1

- A. Beschrijf het terrein waarin je wil beïnvloeden
- B. Wat is je doel?
- C. Is je verwachting realistisch?
- D. Wie zijn de belangrijkste stakeholders? Wie heeft er belang en is betrokken bij het resultaat van jouw vraagstuk (individueen, groepen, ..)
- E. Plaats de stakeholders in het passende kwadrant

Opdracht stap 2: Verdere verfijning

- Wat brengen de actoren binnen aan macht- en hulpbronnen? (kennis & informatie, geld, contacten, deskundigheid, positie, macht, materiële zaken, ...)
- Is er een invloedshiërarchie?
- Wat is hun impact op het succes of falen van je project? Hoe belangrijk zijn ze? Hoe afhankelijk is het project van hun medewerking? Zijn er alternatieven?
- Op welk gebied zal jouw project of voorstel hen raken? (macht/status – evaluatie/beloning- veranderen van manier van werken ...)
- Geef met pijlen aan in welke richting je de stakeholders wil sturen om je doelstelling te bereiken

Welke strategie kies ik nu?

- Twee grote strategieën

Alfa – strategieën: om je boodschap aantrekkelijker maken

Omega – strategieën: om de weerstand tegen je ideeën te verminderen

Alfa-strategieën : om mijn boodschap aantrekkelijker te maken

- Voor wat, hoort wat
- Kies je ambassadeurs
- Spreek mensen individueel aan
 - Creëer een hot item
- Zoek een goede referentiegroep

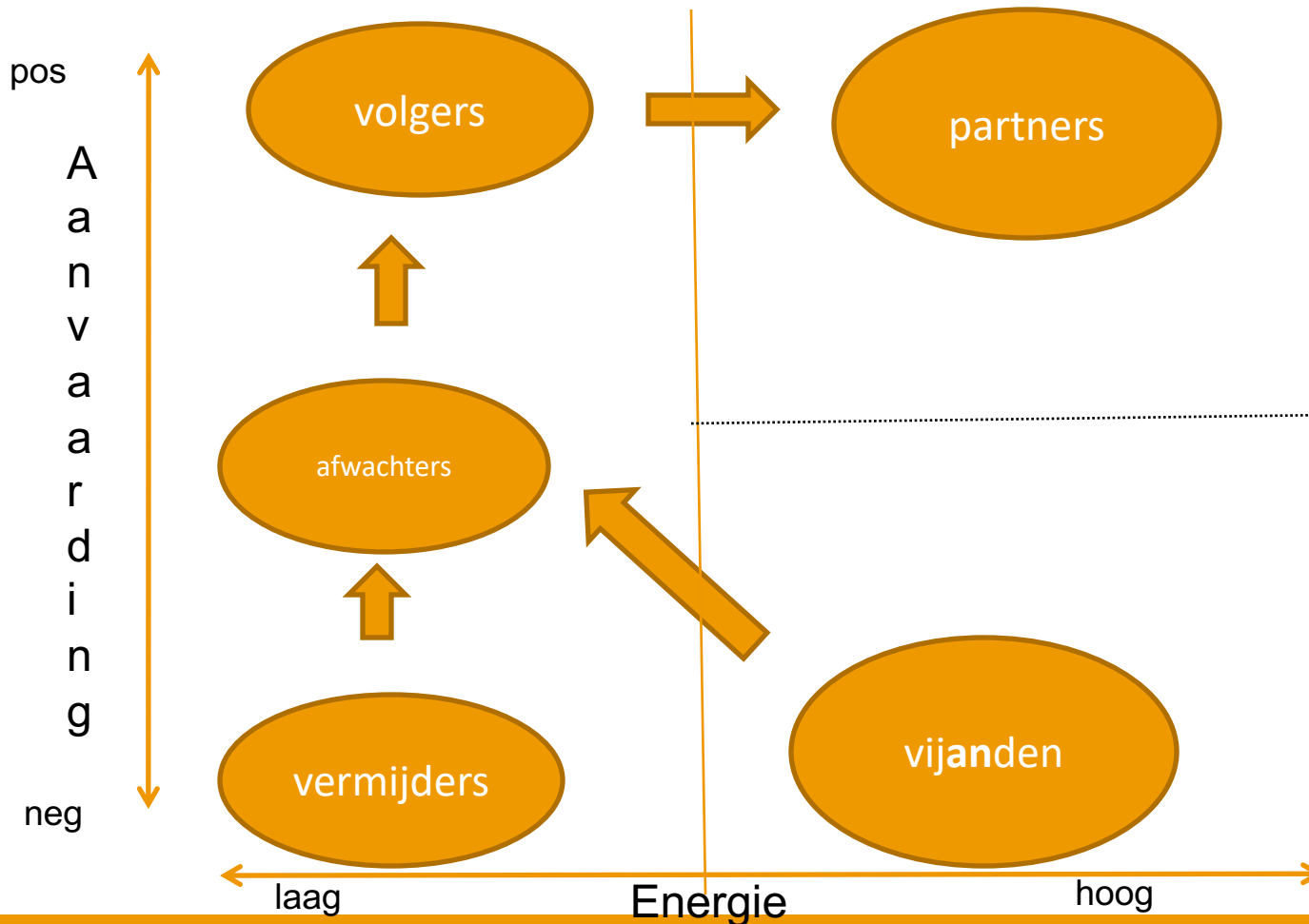
Omega-strategieën: weerstand verminderen tegen je ideeën

- Werk met contrasten
 - De langste weg is vaak de kortste
 - Gebruik verhalen en anekdotes
 - Laat slapende honden rustig slapen
- Verhoog het zelfvertrouwen van mensen/leg ook verantwoordelijkheid bij hen
 - Plaats iemand in de rol van expert

Opdracht stap 4: strategiekeuze

- Terug naar je stakeholdersanalyse:
 - A of B strategie?
 - Bij weerstand: B anders A
 - Welke strategie bij de welke sleutelfiguur?
 - Werkplan opmaken (zie volgende slide)

5. Maak je werkplan op !



PRONET

- Vorming en training
- Procesbegeleiding
- Onderzoek

[Projecten.arteveldehogeschool.be/pronet](https://projecten.arteveldehogeschool.be/pronet)

veerle.opstaele@arteveldehs.be