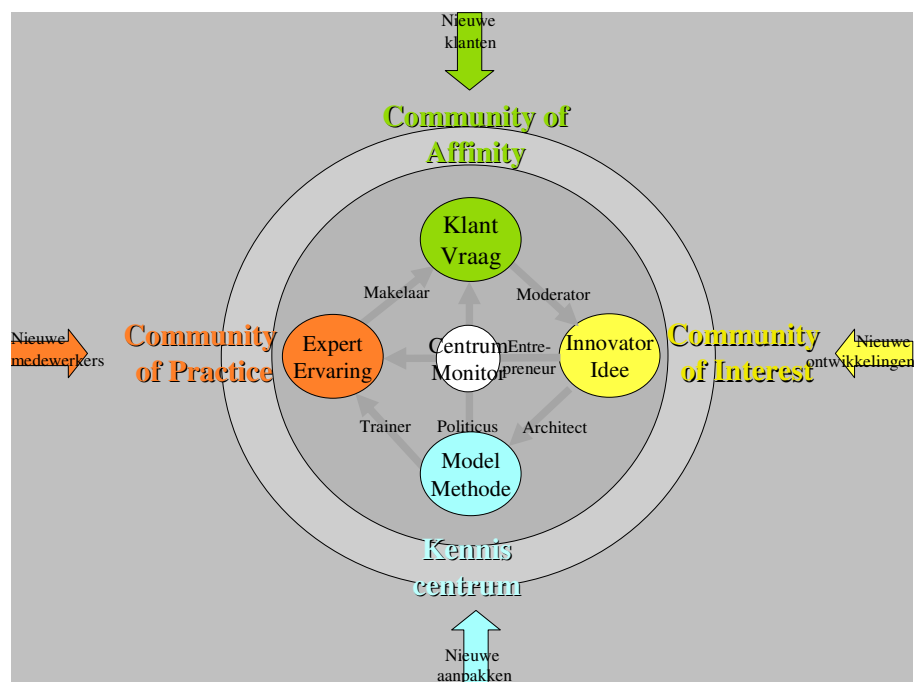


1. Het Steven naar Eenheid

Het van oorsprong latijnse woord communicatie betekent een *verbinding-maken, één worden*. Communiceer is er op gericht om mensen tot een eenheid te brengen, een *commu-nity*. Daarnaast heeft communicatie tot doel om de community *uit te breiden* en te *transformeren* (oude delen opheffen, nieuwe relaties leggen).

De eenheid, die de mensen tot stand noemen we het centrum van de community. Het straalt de *middelpuntvliedende kracht* uit die mensen er toe beweegt om een eenheid te vormen. Het centrum houdt zich bezig met het *balanceren*, in evenwicht brengen, van vier krachten die we Actie (Praktijk, Ervaring), Emotie (Markt, Klant, Vraag en Aanbod), Verwachting (Model, Methode) en Creativiteit (Innovatie, Idee) noemen. Het centrum is het Bewustzijn of de Monitor van de vier communities die zich rondom het centrum kunnen gaan groeperen. In het algemeen bestaat het centrum uit één of meerdere inspirerende (*charismatische*) mensen.



In het plaatje zijn de vier soorten communities getekend:

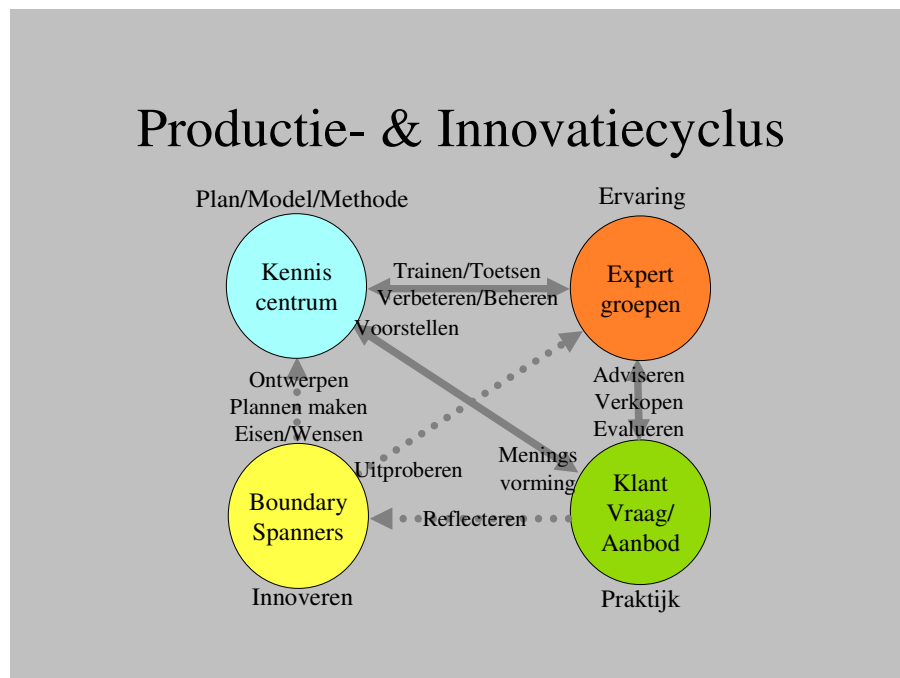
- *Community of Practice*
Deze bestaat uit experts, vakmensen. Ze willen hun *ervaring* delen en zich verbeteren.
- *Community of Interest*
Hier komen mensen bij elkaar die een *interesse* delen. Ze willen iets nieuws weten en het nieuwe uitproberen.
- *Community of Knowledge (Kenniscentrum)*
Kennis is *geformaliseerde* ervaring. Het gaat om modellen en methodes.
- *Community of Affinity*
Dit zijn de bestaande klanten. Ze krijgen de meeste *aandacht* (affinity).

De communities moeten onderling worden gecoördineerd. Dit kan door gebruik te maken van de rollen die de communities onderling verbinden (Makelaar (Verkoper)), Moderator,

Architect, Politicus (consensus bereiken), Entrepreneur en Trainer). Ze kunnen elkaar op subtiële wijze de “bal toegoien”. De rol van de monitor kan beperkt blijven tot het “tot de orde roepen” van één van de rollen als deze teveel zijn eigen-belang laat domineren ten opzichte van het belang van het geheel.

De ring, rondom de communities geeft de *grens* aan tussen bestaande en nieuwe deelnemers in de community. De vier soorten communities hebben allemaal een verschillende aantrekkingskracht naar buiten toe. Bestaande klanten kunnen aan nieuwe klanten positieve referenties geven, experts kunnen nieuwe medewerkers aantrekken, innovatoren kunnen nieuwe ontwikkelingen in kaart brengen en het Kenniscentrum kan contacten opbouwen met anderen Kenniscentra waardoor reeds elders geformaliseerde ervaring kan worden verkregen.

2. De Productiecyclus en de Innovatiecyclus

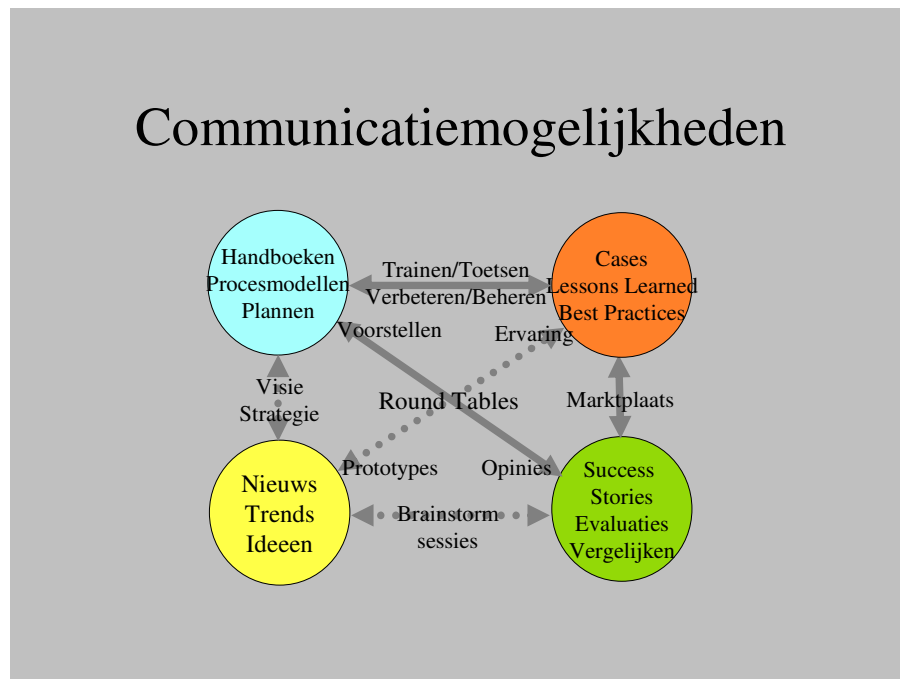


In bovenstaand plaatje worden de communities bekeken met een procesbril. Er worden twee cycli onderkend n.l. de *Innovatiecyclus* (stippels) en de *Productiecyclus*.

De Productiecyclus (kleine aanpassingen op basis van ervaring) is gericht op *het heden en richt zich op de klant*.

De Innovatiecyclus heeft als focus de *Boundary Spanners* (Bruggenbouwers, First Movers). Zij brengen door hun netwerken bruggen aan tussen bedrijven, kennisinstellingen en andere innovatoren. Ze hebben op de achtergrond veel invloed in bedrijven. *De Innovatiecyclus is gericht op de toekomst*.

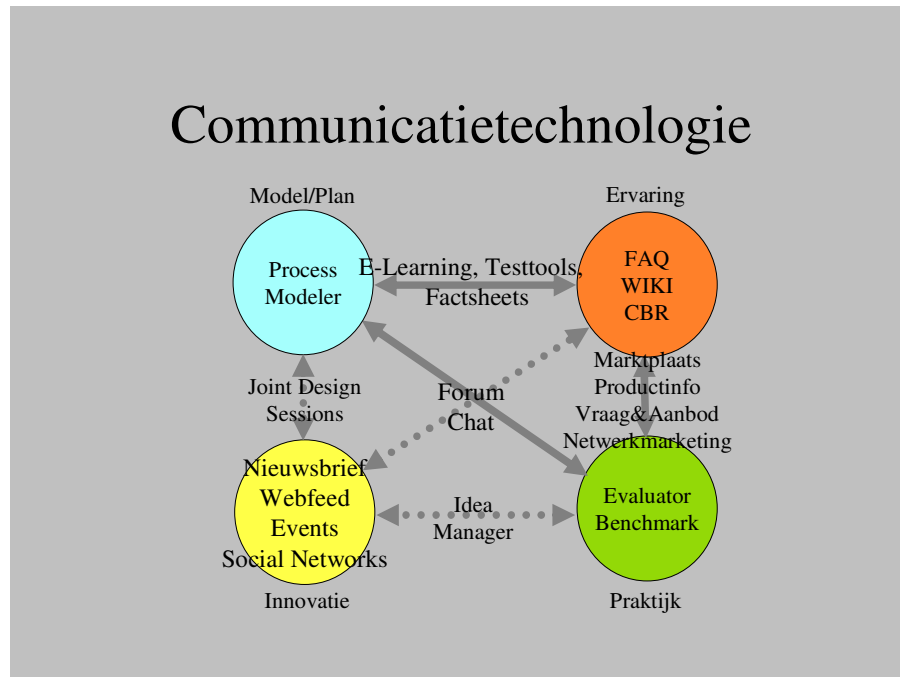
3. Communicatiemogelijkheden



Afhankelijk van het type community en de rol die in of tussen de communities wordt gespeeld kunnen verschillende mogelijkheden om te communiceren worden aangewend:

- *Community of Practice*
Het gaat hier om gemaakte fouten en de oplossing van de fout. Voorbeelden zijn Best Practises, Lessons Learned, Cases, Monitor.
- *Tussen Expert en Klant*
Marktplaats (Vraag/Aanbod).
- *Community of Affinity*
Succesverhalen, Evaluaties, Onderling vergelijken (Benchmark).
- *Tussen Klant en Innovator*
Brainstormsessies.
- *Community of Interest*
Nieuws, Trends, Ideeen.
- *Tussen Innovator en Expert*
Prototypes, Ervaringen.
- *Community of Knowledge (Kenniscentrum)*
Handboeken, Processmodellen, Plannen.
- *Tussen Kenniscentrum en Klant*
Voorstellen en opinies. Consensus bereiken via Roundtables.
- *Tussen Innovator en Kenniscentrum*
Strategie, Visie, Ontwerpen, Joint Design Sessies
- *Tussen Kenniscentrum en Experts*
Testen, Factsheets, Benchmarks

4. Communicatietechnologie



De communicatiemogelijkheden uit het vorige hoofdstuk kunnen worden ondersteund door technologie.

- *Community of Practice*
Frequent Asked Questions (FAQ), Wiki (Wat is een?), CBR (Vaak voorkomende fouten (Cases) en hun oplossingen (Best Practises, Lessons Learned))
- *Tussen Expert en Klant*
Productinformatie (Brochures, PPT's) en vraag en aanbod (experts, werving, ...).
Doorgeven succesverhalen & opportuniteiten (*Netwerkmaking*).
- *Community of Affinity*
Een on-line *evaluatieinstrument* waarmee men de performance kan waarderen. Een on-line *benchmark* waarmee bedrijven zich onderling kunnen vergelijken ten aanzien van hun succes bij het implementeren van projecten.
- *Tussen Klant en Innovator*
Idea-manager: Evalueren van ideeën in een (klanten)netwerk.
- *Community of Interest*
Nieuwsbrieven, Trendrapporten, RSS-feeds, Event en Social Networks.
- *Tussen Innovator en Expert*
Prototypes, Ervaringen.
- *Community of Knowledge (Kenniscentrum)*
Processmodelliers, Projectbesturingshulpmiddelen.
- *Tussen Kenniscentrum en Klant*
Forum, Chatboxen, On-line stemmen.
- *Tussen Innovator en Kenniscentrum*
Joint Design Sessies
- *Tussen Kenniscentrum en Experts*
E-learning, Testtools, Factsheets, Benchmarks.