



A W A R E N E S S

adviesbureau voor beleidsmarketing



probleemverkenner

sparring-partner

Succesvol beleid betekent cruciale partijen en personen in beweging krijgen, zowel binnen als buiten de eigen organisatie. Niet iedereen hoeft het met elkaar eens te zijn. Maar op z'n minst moet voldoende draagvlak worden opgebouwd om belemmeringen te overwinnen. Keer op keer is voldoende kritische massa nodig om de volgende stap in een proces te zetten. Zodat 'denken' een vervolg krijgt in gericht 'doen'.

Awareness analyseert de uitdaging van de opdrachtgever, zelfs als er nog niet meer op tafel ligt dan de vage contouren van een nieuw idee. De adviseurs denken en discussiëren kritisch mee over aanpak en oplossingsrichtingen. Als partner, niet als klankbord waarvan een opdrachtgever alleen zijn eigen geluid hoort terugkaatsen.

Meewerken

Overtuigen, mensen meekrijgen, duurzame steun verwerven voor de uitvoering van een idee, gaat niet vanzelf. Voorwaarde is awareness – het besef van een aanbod – als eerste stap om tot een transactie te komen. Zonder awareness ontstaat immers geen relatie tussen initiatiefnemer en medespeler, tussen aanbieder en gebruiker. Daarbij helpt het vaak als een eindbeeld, een grijpbare toekomst of visie wordt geschetst. Waarmee duidelijker wordt wat het doel is en in welk kader dat past. Zodat de aangesprokenen hun eigen rol en verantwoordelijkheden kunnen inschatten.

Doorslaggevend voor het verkrijgen van medewerking is het duiden van gedeelde belangen: het maatschappelijk belang, een gezamenlijk belang, maar zeker ook het eigenbelang.

De duurzaamheid van beleid is er bovendien mee gediend als de initiatiefnemer zijn communicatie zó weet vorm te geven, dat ruimte ontstaat voor de beoogde partners om mee te denken, mee te groeien en mee te praten. Zodat zij vervolgens kunnen en willen meewerken.

Beleidsmarketing

Zoeken naar gedeelde belangen, je inleven, mobiliseren van medespelers, coalities smeden, zorgvuldig en effectief met elkaar omgaan... het zijn sleutelwoorden voor de benadering van Awareness. Zowel bij planvorming, beleidsontwikkeling en -uitvoering als bij communicatie. Wij spreken in één woord van 'beleidsmarketing'. Omdat deze benadering – net als de marketing van producten – gebaseerd is op het onderscheiden van doelgroepen en op het afstemmen van product én boodschap op hun wensen en mogelijkheden.

In die geest adviseert Awareness sinds 1992 organisaties uit overheid en bedrijfsleven. Met de expertise om een volwaardige gesprekspartner te zijn. En met de afstand om originele impulsen te geven aan de interactie tussen 'aanbieders' en 'gebruikers' van het beleid. Awareness ondersteunt met beleidsmarketing alle fasen van de beleidscyclus: ontwikkeling, vaststelling, uitvoering, evaluatie.

- **Als deskundige probleemverkenner en sparring-partner**

Awareness analyseert de uitdaging van de opdrachtgever, zelfs als er nog niet meer op tafel ligt dan de vage contouren van een nieuw idee. Discussieert en denkt kritisch mee over aanpak en oplossingsrichtingen. Als partner, niet als klankbord waarvan een opdrachtgever alleen zijn eigen geluid hoort terugkaatsen.

- **Als netwerk-analist**

Awareness brengt de relevante omgeving in kaart: betrokken organisaties en personen, hun gezichtspunten en belangen, hun inschatting van de problemen en hun bijdrage aan de oplossing. Zodat de agenda voor coalitievorming kan worden ingevuld en het communicatieproces kan worden ingericht.

Awareness ontwikkelt een procesarchitectuur, krijgt én houdt partijen aan tafel.

Onder meer door gedeelde belangen te helpen expliciteren als vertrekpunt voor een gezamenlijke aanpak.

- **Als proces-facilitator**

Awareness ontwikkelt een procesarchitectuur, krijgt én houdt partijen aan tafel. Onder meer door gedeelde belangen te helpen expliciteren als vertrekpunt voor een gezamenlijke aanpak.

- **Als strategisch communicator**

Awareness zorgt voor het ontwikkelen, vormgeven, produceren en inzetten van effectieve communicatiemiddelen, in een mix van woord en beeld. Brengt met professioneel redactiewerk perspectief aan, maakt toegankelijk en verduidelijkt de essentie.

- **Als trainer-coach**

Awareness begeleidt processen bij voorkeur inhoudelijk. Om inhouden overtuigend over het voetlicht te brengen is communicatietraining nuttig. In diverse toepassingen zoals media-, presentatie- en schrijfvaardigheidstraining.

Mensen

Beleidsmarketing is *people's business*, voor en door mensen. De kracht van Awareness berust op de kwaliteiten van de medewerkers, op hun motivatie en synergie. Zij hebben achtergronden in psychologie, filosofie, politicologie, planologie, sociologie, taalkunde, communicatie, marketing, voorlichting en journalistiek.



proces-facilitator



communicator

In de adviespraktijk zijn diverse beleidsterreinen en expertisegebieden extra ontwikkeld. Een kennisspecialisatie die hoogwaardige, strategische advisering mogelijk maakt. Enkele van de aandachtsgebieden zijn verkeer en vervoer, informatie- en communicatietechnologie, telematica, plattelandsontwikkeling en stedelijke vernieuwing. Een andere doorsnede van de kwaliteiten van Awareness toont ruime ervaring met complexe bestuurlijk-communicatieve processen: van landelijke nut-en-noodzaakdiscussies rondom grote infrastructuurprojecten tot veranderingmanagement bij bedrijven en zelfstandige overheidsorganisaties, van publiek-private samenwerking tot bewonersparticipatie bij stedelijke vernieuwing. Waar sprake is van complexe structuren en netwerken helpt Awareness effectief bruggen te slaan tussen overheden, bedrijven en burgers.

Maatschappelijke relevantie

Als kenmerken van de adviseurs van Awareness noemen opdrachtgevers niet alleen kennis en ervaring, maar ook betrokkenheid en enthousiasme. Dat vloeit voort uit de keuze van het bureau voor opdrachten met een duidelijke maatschappelijke relevantie (“die ergens over gáán”). Zulke opdrachten vergroten het engagement en de motivatie van alle medewerkers en zijn in de groei van het bureau een natuurlijk selectie- en bindmiddel gebleken.

Teamwerk

Bij omvangrijker opdrachten formeert Awareness binnen het bureau een projectteam, veelal onder leiding van één van de drie partners. De benodigde deskundigheid komt in het team samen, terwijl een snelle toegang verzekerd blijft tot alle bruikbare kennis en ervaring van de collega's. Voor een aantal uitvoerende activiteiten in de productie van communicatiemiddelen – vormgeving, druk, fotografie, video – kan een beroep worden gedaan op gespecialiseerde bureaus waarmee Awareness al langer samenwerkt. Het bureau stuurt en coördineert de uitvoering, waarbij essentiële tekstproductie altijd in eigen hand blijft.

Awareness zorgt voor het ontwikkelen, vormgeven, produceren en inzetten van effectieve communicatiemiddelen, in een mix van woord en beeld. Brengt met professioneel redactiewerk perspectief aan, maakt toegankelijk en verduidelijkt de essentie.

Methoden en middelen

De samenwerking met een opdrachtgever begint stevast met een gedegen briefing. Het bureau maakt zich de probleemstelling of behoefte van de klant eigen, inclusief de eventuele ‘vraag achter de vraag’.

Briefing, gesprekken en bureaustudie – soms aangevuld met kwalitatief onderzoek zoals omgevings- en actorenanalyses – leiden tot een voorstel voor een effectieve aanpak; dikwijls met opties en varianten. In de samenwerking functioneert Awareness niet als een ‘black box’. De planvorming blijft voor de opdrachtgever doorzichtig. Awareness overlegt, vraagt om keuzes en beslissingen op basis van onderbouwde voorstellen.

En omdat het geen ‘vrijblijvende’ plannenmakerij is, neemt het bureau vervolgens ook graag de verantwoordelijkheid voor de uitvoering. Met methoden en middelen als: ‘quick scans’, de ‘biechtstoelprocedure’, gespreksleiding, verslagen, mediabenedering (inclusief persbriefings), tekstcompositie, eindredactie, strategische communicatiemodules, campagnes, congressen, evenementen en lobby-activiteiten.



Awareness
Parkstraat 29
2514 JD Den Haag
tel 070 789 04 44
fax 070 335 18 87
office@awareness.nl
www.awareness.nl