IFBD
Institute for Business Development

2027

Van weerstand naar betrokkenheid: zo krijgt u mensen écht mee in verandering ...

Changecommunicatie in uw organisatie

Weerstand wint altijd ... tenzij u helder communiceert!

> U leert verandering strategisch te communiceren, zodat draagvlak ontstaat nog vóór de eerste stap gezet wordt.

> U ontdekt hoe u emoties, weerstand en onzekerheid benoemt én benut als hefboom voor engagement.

> U vertrekt met een concreet stappenplan en tools om elke verandering overtuigend en doelgericht te begeleiden.



Onder de deskundige leiding van:

Jeroen Naudts

Onderzoeker Communicatiemanagement
Arteveldehogeschool

Managing Partner
Starfish Consultancy

>>> **IFBD.BE** /
communicatie, presentatie
& impact

Waarom dit programma?

HERKENBAAR VOOR U?

Lanceert u een nieuw project of verandertraject, maar staan medewerkers op de rem? In plaats van enthousiasme, ziet u stilzwijgende weerstand? Geruchten gonzen door de wandelgangen bij gebrek aan officiële info? Frustrerend? U bent niet alleen. 70% van organisatieveranderingen faalt omdat leidinggevenden hun mensen niet écht meekrijgen. Zonder draagvlak en communicatie is zelfs de beste verandering gedoemd te mislukken.

WAT U MAG VERWACHTEN

U leert weerstand om te buigen tot betrokkenheid door scherp en doordacht te communiceren. Herkenbare valkuilen komen aan bod – van gebrekkige urgentiecommunicatie tot de illusie dat één mail volstaat – én hoe u ze vermijdt. U krijgt concrete handvatten om uw volgende verandering zinvol, duidelijk en mensgericht te communiceren. Zo garandeert u het succes van uw project én herstelt u het vertrouwen in uw teams.

WEERSTAND IS DE NORMAALSTAND – ERKEN HET (EN ANTICIPEER)

"Niemand wordt graag veranderd." Verandering wekt bijna automatisch weerstand en negatieve emoties op. Angst voor het onbekende, verlies van controle of de vraag "Wat betekent dit voor mij?" laten medewerkers dichtklappen. Negeert u die reflex, dan stevent uw verandertraject gegarandeerd op een mislukking af. Succesvolle veranderaars erkennen die menselijke reactie en anticiperen erop in hun communicatie. Erken daarom weerstand als een normale reflex en maak van uw communicatie het antigif.

GEBREK AAN COMMUNICATIE: DE GERUCHTENMOLEN DRAAIT OVERUREN

Verandering zonder heldere communicatie is vragen om problemen. Communiceert u niet of te laat, dan vullen halve waarheden en worst case-scenario's het vacuüm – met wantrouwen en nog meer weerstand tot gevolg. U leert proactief en open communiceren, zodat medewerkers begrijpen waarom er iets verandert en wat er precies staat te gebeuren. Moeilijke boodschappen brengt u zonder eromheen te draaien, maar altijd mét respect. Met tijdige, eerlijke communicatie voorkomt u dat angst en misinformatie de overhand nemen. Zo houdt u de regie over het verhaal, vóór de wandelgangen ermee aan de haal gaan.

MENSEN ≠ MACHINES: VERANDERING RAAKT HART EN HOOFD

Veranderen is geen puur rationeel proces. Want hoe logisch nieuwe structuren, systemen of strategieën op papier ook zijn, uiteindelijk moeten mensen het waarmaken. Weerstand is dan ook geen onwil maar een emotie. U verkent de emotionele curve bij verandering: van ontkenning en boosheid naar voorzichtig akkoord en engagement. U leert signalen van weerstand tijdig herkennen – van luid uitgesproken bezwaren tot stille saboteurs – en er gepast op inspelen. Empathie en luisteren zijn daarbij even cruciaal als zenden. Wie de menselijke kant van verandering begrijpt, kan communicatie inzetten om angst om te buigen in vertrouwen. Trager communiceren met aandacht voor emoties leidt uiteindelijk tot snellere resultaten.

VAN BOODSCHAP NAAR DRAAGVLAK: COMMUNICEREN = BETREKKEN

Communicatie bij verandering is geen eenrichtingsverkeer – echt draagvlak ontstaat pas als u mensen betrekt en laat meedoen. U leert van communicatie een dialoog te maken: stel vragen, luister oprecht en geef ruimte. U leert technieken om tijdens het veranderproces feedback te krijgen – via infosessies, enquêtes en individuele gesprekken – en daar gepast op te reageren.

Lastige vragen of kritiek? Omarm ze – ze bieden kansen om misverstanden recht te zetten en vertrouwen te winnen. Ten slotte ontdekt u hoe u successen viert en quick wins communiceert. Door continu te informeren én te luisteren maakt u van medewerkers medestanders. Dát is de essentie: mensen meekrijgen in uw verander verhaal.

Het communicatieplan: uw GPS door de verandering

Improviseer nooit in changecommunicatie – achter elke succesvolle verandering staat een doordacht communicatieplan. In dit programma bouwt u stap voor stap uw eigen communicatieplan. We starten bij de basis: uw communicatiedoelen en stakeholders (wie wordt beïnvloed, wat zijn hun zorgen en wie zijn uw bondgenoten). Vervolgens formuleren we duidelijke en eerlijke kernboodschappen (ook over ongemakkelijke zaken) en koppelen elke doelgroep aan de juiste kanalen – van persoonlijke sessies en Q&A tot intranetupdates en informele koffiemomenten. U plant wanneer u wat communiceert, zodat informatie op het juiste moment landt. Met dit plan communiceert u niet op goed geluk, maar strategisch en gecontroleerd. Zo geeft u richting en rust, zelfs in turbulente tijden.



Check uzelf: hoe sterk is uw changecommunicatie?

Beantwoord eerlijk de volgende vijf vragen. Als u op één of meer van deze vragen 'ja' antwoordt, is deze opleiding voor u onmisbaar ...

- Heeft u wel eens een belangrijke verandering aangekondigd op het werk, maar bleef het vervolgens oorverdovend stil onder uw medewerkers?
- Merkt u bij élke verandering dat er snel een onderstroom van misverstanden of geruchten op gang komt binnen de organisatie?
- Moest u al eens een verandering terugschroeven of uitstellen omdat het verzet op de werkvloer te groot werd?
- Hebben uw medewerkers bij veranderingen vooral oog voor nadelen en risico's, in plaats van voor de voordelen die u beoogt?
- Betrapt u zichzelf erop dat u veranderingen aankondigt via één enkele e-mail of presentatie, in de hoop dat iedereen wel zal volgen?

Eén of meer keer 'ja' geknikt? Dan is deze training niet zomaar relevant – dan is ze cruciaal om uw veranderingen met succes door te voeren. Zonder krachtige communicatie kost elke verandering u méér dan tijd en geld. Het kost u ook vertrouwen, motivatie en uw reputatie als leider. Tijd om dat om te draaien.



De docent



Jeroen Naudts is oprichter van Starfish Consultancy en heeft meer dan 15 jaar ervaring in interne communicatie bij organisaties als provincie Antwerpen, SD Worx, Volvo Cars ...
Als managing partner van Starfish vormt hij de brug tussen heldere communicatie en harde data: hij adviseert bedrijven over interne & change communicatie en leidt een team dat HR-analytics uitvoert. Daarnaast is Jeroen een veelgevraagd trainer die zijn expertise rond HR-data, interne communicatie en verandercommunicatie met passie deelt – zowel bij Starfish zelf als bij IFBD. Verder is hij onderzoeker aan de opleiding Communicatiemanagement van Arteveldehogeschool en kernlid bij Vonk, het Vlaamse netwerk voor interne communicatie. Deze mix van praktijk en academische achtergrond maakt dat Jeroen steeds werkt met de meest actuele inzichten én best practices.

Zijn aanpak? No-nonsense, data-gedreven maar altijd mensgericht. Jeroen durft pijnlijke vragen te stellen en gevestigde ideeën te bevragen – steeds met één doel voor ogen: échte impact. Hij prikt genadeloos door vage corporate praatjes en powerpointslogans heen. Tegelijk voelt hij feilloos aan wat mensen nodig hebben om mee te zijn. Deze verbinder pur sang combineert kritische scherpte met empathie: hij brengt mensen en ideeën samen om resultaten te halen. Verwacht dus geen droge theoretische verhandeling, maar interactieve sessies vol **herkenbare voorbeelden, harde feiten en concrete tools**. Jeroen staat bekend om zijn no-nonsense stijl en zijn talent om in elke situatie de vinger op de zere plek te leggen – én u te inspireren het anders en beter te doen. Na een dag met Jeroen kijkt u zelf anders naar veranderen: minder als technisch project, en meer als een menselijk proces dat u kunt beïnvloeden met de juiste communicatie.

Programma



BLOK 1 – ZONDER DRAAGVLAK GEEN VERANDERING.

Waarom changecommunicatie geen luxe is, maar een voorwaarde tot succes.

- Waarom projecten falen als het "waarom" niet wordt gecommuniceerd …
- Cruciale doelen van changecommunicatie: urgentie, begrip en betrokkenheid vanaf dag één.
- Grootste misvatting ontkracht: "We communiceren erna wel even" – te laat is fataal.
- Zet meteen een krachtig en positief verhaal neer dat mensen raakt én mobiliseert.

BLOK 2 – WEERSTAND IS GEEN OBSTAKEL, WEL EEN INFORMATIEBRON.

Begrijp hoe verandering mensen emotioneel raakt en wat u daarmee doet.

- Inzicht in de psychologie van verandering: de emotiecurve van shock en angst naar acceptatie.
- Herken actieve én passieve weerstand
- Waarom mensen "nee" zeggen tegen verandering, zelfs als die logisch lijkt.
- Empathisch communiceren: toon begrip voor emoties zonder de koers te verliezen.

BLOK 3 – HET JUISTE COMMUNICATIERECEPT PER TYPE VERANDERING.

Elke verandering is anders – stem uw communicatiestijl erop af.

- Ontdek verschillende soorten verandering (structureel, cultureel, procesmatig) en hun specifieke communicatienoden.
- Groot of klein, vrijwillig of opgelegd: bepaal toonhoogte, details en timing
- Vrijwillige verandering of opgelegde herstructurering: do's & don'ts in woordkeuze en timing.

BLOK 4 – UW VERANDERCOMMUNICATIEPLAN: VAN STRATEGIE TOT ACTIE.

Voorbereiden is winnen: bouw een sterk stappenplan voor uw communicatie.

- Stakeholdermapping: breng alle betrokkenen in kaart en identificeer hun zorgen en vragen voor ze worden gesteld
- Formuleer de kernboodschap en subboodschappen op maat van elke doelgroep.
- Kies de juiste communicatiekanalen en stel een communicatiekalender op: wie hoort wat wanneer (van kick-off tot nazorg).

BLOK 5 – COMMUNICEREN = LUISTEREN: OMGAAN MET FEEDBACK EN VRAAGTEKENS.

Breng de boodschap, monitor de reactie en stuur bij waar nodig.

- Geloofwaardige start: leiders die zichtbaar én hoorbaar zijn.
- Bouw tweerichtingscommunicatie in: feedbackbox, live Q&A, ambassadeurs, ….
- Kritische vragen? Blijf kalm, eerlijk en duidelijk.

BLOK 6 – BORG HET NIEUWE: COMMUNICATIE NA DE 'GO-LIVE'.

Houd de vinger aan de pols en laat de verandering deel van de cultuur worden.

- Blijf communiceren: toon quick wins, successen, vooruitgang.
- Meet betrokkenheid, detecteer terugval, en blijf herhalen en versterken.
- Bouw het nieuwe in via verhalen, voorbeelden en vervolgacties.

Timing cursus

08.30	Ontvangst, registratie met koffie/thee.
09.00	Start van de trainingsdag (met voorstelling docent)
12.30	Lunch
17.00	Einde van de cursusdag.

Zowel in de voor- als namiddag wordt een korte (koffie-)pauze gehouden.

Verhoogde interactiviteit

De deelnemers krijgen uitgebreid de kans om hun eigen problematiek ter sprake te brengen. Om dit te realiseren, vragen wij op voorhand een beknopte beschrijving van de probleemstelling te formuleren. Op die manier kunnen wij de cursus volledig opstellen volgens uw eigen informatiebehoefte.
U kunt hiervoor steeds contact opnemen met **Dirk Spillebeen** op het nummer: **+32 50 38 30 30** (e-mail: **dirk@ifbd.be**).

Changecommunicatie in uw organisatie

2027

> **Datum & locatie:** zie hiertoe onze website **www.ifbd.be**
> **Kostprijs: € 795** (excl. BTW)

>>> INSCHRIJVEN

E-mail:
info@ifbd.be



klik hier

Via onze website:
ifbd.be



klik hier

Via QR:

Telefoon:
00 32 50 38 30 30



Voor meer informatie omtrent uw inschrijving ...

>>> INSCHRIJVINGSMODALITEITEN

De deelnameprijs aan dit 1-daagse programma bedraagt **795 Euro** excl. 21% BTW. Dit bedrag is inclusief koude/warme dranken en een uitgebreide lunch tijdens de cursusdag. U ontvangt bovendien een **documentatiemap** die u als naslagwerk kunt raadplegen.

Het IFBD geeft per extra deelnemende collega **5% extra korting** op het **totaalbedrag** met een maximale **korting van 20%** (= 5 deelnemers of meer).

Na ontvangst van uw inschrijving krijgt u een **deelnamebevestiging** en een factuur. Een tweetal weken voor de cursus ontvangt u een **herinnering met nog enige praktische informatie** en een **routebeschrijving**.

Annulatie.
We begrijpen dat andere prioriteiten kunnen optreden tussen uw inschrijving en de cursus. Indien wij minstens **2 weken voor de cursus** uw annulatie ontvangen zoeken we samen met u naar de beste oplossing. **Minder dan 2 weken voor de eerste cursusdag** bent u ons het integrale bedrag verschuldigd en wordt mogelijks een administratieve kost (€ 95) aangerekend. Wij zijn uiteraard steeds verheugd een collega te mogen verwelkomen in uw plaats.

HOTELOVERNACHTING OP DE LOCATIE VAN DE TRAINING

U kan op onze diverse trainingslocaties veelal een overnachting boeken om de cursus op een ontspannen manier te kunnen aanvatten en/of af te sluiten. Meer informatie hieromtrent vindt u op onze website of via volgende link: www.ifbd.be/nl/over-ons/algemene-voorwaarden

IFBD-DATABASE & GDPR

We houden u graag op de hoogte van de laatste evoluties binnen uw sector. Daarom hebben we uw gegevens opgenomen in onze database. Uw informatie is voor eigen gebruik, wordt beveiligd en nooit aan derden doorgegeven. Hiertoe nemen we alle nodige maatregelen. Te allen tijde heeft u - overeenkomstig de wet "verwerking persoonsgegevens" van 8/12/1992 en de "AVG-reglementering" van 24/5/2016 - recht op inzage, wijziging of verwijdering van uw gegevens. Meer informatie via onze webpagina www.ifbd.be/nl/GDPR of via e-mail: DPO@ifbd.be.

ALGEMENE VOORWAARDEN

Op onze website op de pagina **ifbd.be/nl/over-ons/algemene-voorwaarden** vindt u al onze modaliteiten terug.