



BCMP

Beleid

BKA en BIA

BCP

Testen

Weerbaarheid

Business Continuity Management

Bekend en Bemind in mijn organisatie

Joop Franke (HON) FBCI

Maak BCM Onvergetelijk

Inspiratie en Tools om Business Continuity Management Te Verankeren in Jouw Organisatie

Business Continuity Management (BCM) is cruciaal voor het succes en de veerkracht van een organisatie. Maar hoe zorg je ervoor dat BCM niet alleen bekend en bemind wordt, maar ook stevig verankerd blijft in de bedrijfscultuur? Reclame is het sleutelwoord!

Denk aan de kracht van een goede reclamecampagne: slogans en beelden die jarenlang blijven hangen. "Dat zeg ik toch? Gamma!" of "C&A, toch voordeliger." Wat maakt deze campagnes zo effectief? Hun boodschap is helder, herkenbaar en inspirerend. Stel je voor dat jouw organisatie dezelfde impact kan bereiken met BCM!

In dit boek neem ik je mee op een praktische en inspirerende reis. Je krijgt tools en handvatten om BCM tot leven te brengen binnen jouw organisatie. Door een fictief bedrijf te volgen waar een BCM-team wordt opgericht, ontdek je concrete strategieën om draagvlak en bewustwording te creëren.

Dit boek laat zien hoe je BCM kunt presenteren als een onmisbaar onderdeel van de bedrijfsvoering. Wie weet inspireert jouw aanpak straks zelfs een initiatief zoals de 'Gouden BCM Award'—een eerbetoon aan organisaties die met succes BCM als strategisch voordeel hebben gepositioneerd.

Wil jij je organisatie klaarstomen voor de toekomst en BCM onvergetelijk maken? Dan is dit boek dé gids om jouw visie te realiseren. Begin vandaag met het bouwen van een veerkrachtige en geïnspireerde organisatie!

Copyright © 2025

Joop Franke (HON) FBCI

Shortlisted for the BCI Europe Awards 2024

Creëren van BCM-bewustzijn en draagvlak
'Bekend en bemind in de organisatie'

Uitgegeven in eigen beheer door BCxPERT – Dronten

Geproduceerd door PUMBO

www.pumbo.nl

Alle rechten voorbehouden.

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand en/of openbaar gemaakt in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteur.

Welkom bij "BCM: Bekend en Bemind in Mijn Organisatie"

In een wereld die continu in beweging is, is communicatie de sleutel tot succes. Het begrijpen van wie je bent en waar je werkt, vormt de basis voor effectieve interactie en samenwerking binnen elke organisatie.

Dit boek neemt je mee op een ontdekkingsreis naar zelfkennis en organisatiedynamiek, waarbij je twee essentiële kijkwijzers krijgt aangereikt: eentje om jezelf te ontdekken en een ander om de unieke kenmerken van jouw werkomgeving te doorgronden.

"BCM: Bekend en Bemind in Mijn Organisatie" biedt meer dan alleen theoretische inzichten. We gaan samen de wereld van communicatie- en presentatietechnieken verkennen, en je leert hoe je deze vaardigheden kunt toepassen op BICSMA, een fictief bedrijf dat fungeert als jouw oefenplatform. Door middel van praktische voorbeelden en scenario's laat ik je zien hoe je de geleerde kennis direct kunt inzetten in jouw dagelijkse praktijk.

Daarnaast voorzie ik je van een reeks onmisbare hulpmiddelen die je helpen om communicatie en presentatie tot een kunst te verheffen. Of je nu presentaties geeft, met collega's samenwerkt of leidinggeeft, deze tools stellen je in staat om effectiever, zelfverzekerder en meer inspirerend te communiceren.

Bereid je voor op een inspirerende reis die je niet alleen inzicht geeft in jezelf en je organisatie, maar je ook de vaardigheden biedt om een blijvende impact te maken. Laten we samenbouwen aan een omgeving waarin communicatie floreert en iedereen zich bekend en bemind voelt.

Welkom in de wereld van BCM!

Aanbevolen

**Key Performance
Indicators**

om BCM, bekend en
bemind te maken

Keep People

Interested

Informed

Involved

Inspired

Inhoudsopgave

MAAK BCM ONVERGETELIJK	1
WELKOM BIJ "BCM: BEKEND EN BEMIND IN MIJN ORGANISATIE"	3
WAT MAG JE VERWACHTEN?	13
BCI – GOOD PRACTICE GUIDELINES	15
WAAROM DIT BOEK?	17
WE GAAN BEGINNEN	19
MIJN AANTEKENINGEN	24
KIJKWIJZERS	25
KIJKWIJZER: IK EN MIJN ORGANISATIE	27
WIE BEN IK?	27
WAT WIL IK?	28
WAT BEN IK?	28
KERNKWADRANT VAN DANIEL OFMAN?	28
MIJN KERNKWADRANT	29
JOUW KERNKWADRANT	29
WAT VIND IK?	32
WAT DOE IK?	32
WAAR DOE IK HET?	32
RESULTAAT VAN DEZE PERSOONLIJKE ANALYSE	32
KIJKWIJZER: MIJN ORGANISATIE EN IK	33
ORGANISATIECULTUUR	34
TEAMS IN MIJN ORGANISATIE	34
IKKE EN ...	35
IK VERSUS ...	35
WIJ VERSUS ...	35
WIJ EN ...	35
HET IDEALE BCM-TEAM	36
KENNIS EN GEDRAG	36
WEERSTAND EN KRITIEK	38
MANAGEMENTSTIJL	38
‘RISK APPETITE’	38
PERSONEELSSAMENSTELLING	38
VISIE, MISSIE VAN JOUW ORGANISATIE	38
ORGANISATIEANALYSE MET HET 7S MODEL	39
WAT IS HET 7S-MODEL VAN MCKINSEY?	39

WELKE S'EN KOMEN VOOR IN MCKINSEY'S 7S-MODEL?	39
7S-MODEL MCKINSEY: UITLEG VAN HET 7-STAPPENPLAN.	40
SWOT (STERKTE- ZWAKTE) ANALYSE	42
SWOT-ANALYSE VOOR MIJN ORGANISATIE	44
KERNWAARDEN VAN EEN ORGANISATIE	44
KERNWAARDEN VAN MIJN ORGANISATIE	46
RESULTAAT	47
MIJN AANTEKENINGEN	48
<u>COMMUNICEREN MOET JE (SOMS) LEREN</u>	<u>49</u>
DE WEG DIE JE VAAK GAAT BEWANDELEN	49
COMMUNICATIE EN COMMUNICEREN	51
BEGRIJPEN EN BEGREPEN WORDEN	51
WAT IS (DE BETEKENIS VAN) COMMUNICATIE?	51
WAT IS GOEDE COMMUNICATIE?	51
WELKE VORMEN VAN COMMUNICATIE ZIJN ER?	52
COMMUNICATIEDOELEN	52
COMMUNICATIEVAARDIGHEDEN	53
HET COMMUNICATIEPROCES	53
EEN PRESENTATIE GEVEN	54
BEANTWOORDEN VAN VRAGEN	54
STEMGEBRUIK	54
TAALGEBRUIK	54
NON-VERBALE COMMUNICATIE	55
HOUDING	55
MEDIAGEBRUIK	55
TIJDBEHEER	55
SCHRIFTELIJKE COMMUNICATIE	56
TAALNIVEAUS	56
BELEMMERINGEN IN COMMUNICATIE	57
PRIKKELENDE STELLINGEN IN EEN PRESENTATIE	60
DISCUSSIES	61
EEN GOED GESPREK VOEREN	62
ARGUMENTENSTRUCTUUR TIJDENS EEN GESPREK	63
MIJN COMMUNICATIESTIJL	65
ER WAS EENS...BCM-STORYTELLING	67
MIJN VERHAAL	68
BCM VERHALEND OVERBRENGEN	69
IK GA FIETSEN....	73
ONDERHANDELEN	74
CONFLICTHANTERING	75
MIJN AANTEKENINGEN	77
<u>MONDELINGE PRESENTEREN</u>	<u>79</u>
KIEZEN VAN EEN WERKTITEL VOOR EEN MONDELINGE PRESENTATIE	80
PRACTICE MAKES PERFECT.	81
MIJN AANTEKENINGEN	82
<u>PRESENTEREN EN OVERTUIGEN</u>	<u>83</u>

OVERTUIGEN, EEN KUNST DIE JE MOET LEREN	83
MIJN VAARDIGHEDEN ALS PRESENTATOR	84
PRESENTATIE VALKUILEN	85
GEbruik VAN STOPWOORDEN	86
MIJN AANTEKENINGEN	87
<u>PITCHEN</u>	89
WERKELOOS	90
7 TIPS VOOR EEN IJZERSTERKE PITCH	92
5 VALKUILEN VAN PITCHEN	93
MIJN AANTEKENINGEN	95
<u>SCHRIFTELIJK COMMUNICEREN</u>	97
MIJN AANTEKENINGEN	100
<u>COMMUNICATIE STAPPENPLAN</u>	103
WAAR STAAN WE NU EN WAT WILLEN WE?	104
KIEZEN VAN EEN COMMUNICATIESTRATEGIE	104
AMBASSADEURSSTRATEGIE	104
DOEL VAN DEZE COMMUNICATIESTRATEGIE	105
VOOR WELKE DOELGROEPEN?	105
COMMUNICATIEMIDDELEN VOOR AMBASSADEURSSTRATEGIE	105
VERANDERSTRATEGIE	105
DOEL VAN DEZE COMMUNICATIESTRATEGIE	105
VOOR WELKE DOELGROEPEN?	105
HET COMMUNICATIEKRUISPUNT	105
MIJN AANTEKENINGEN	109
<u>HOE VERHOOG IK DE 'A' VAN ACCEPTATIE</u>	111
COMMUNICATIEOEFENING	111
HOE BRENG IK MIJN BOODSCHAP OVER?	113
'BCM-SUPPORTERS' INTERVIEWEN OF 'PODCASTEN'	114
VOORBEREIDING	115
HET INTERVIEW	116
BEËINDIGEN VAN HET INTERVIEW	117
VOORBEELD VAN EEN INTERVIEW	117
PROCESSEN TEGEN HET LICHT HOUDEN	118
BANALE ZAKEN	118
MAATWERK	119
VENSTERBANK	120
<u>MODEL NIEUWSBRIEF</u>	121
<u>GEbruik MAKEN VAN CARTOONS</u>	125

BICSMA-CARTOONS	125
MIJN AANTEKENINGEN	127
<u>EERSTE HULP BIJ COMMUNICEREN, PRESENTEREN EN IMPLEMENTEREN VAN BCM</u>	<u>129</u>
<hr/>	
SPREKANGST	129
KWESTIES TE VERWACHTEN BIJ INTERNE COMMUNICATIE	129
7-TRAPSMODEL VAN QUIRKE	131
INTERNE COMMUNICATIE VISIE VOOR BUSINESS CONTINUITY MANAGEMENT	132
EXTERNE COMMUNICATIE VISIE VOOR BUSINESS CONTINUITY MANAGEMENT	133
STAKEHOLDERSANALYSE EN STAKEHOLDERSDIALOOG	134
STAKEHOLDERS-INVENTARISATIE & -DIALOOG TWENTSE KABEL GROEP HOLDING	135
PERSOONLIJKE VAARDIGHEDEN	138
WAAR MOET REKENING MEE HOUDEN ALS IK GA COMMUNICEREN OF PRESENTEREN	139
HOE BEREID IK MIJN PRESENTATIE VOOR?	139
MIJN PRESENTATIE STAAT OP HET PUNT VAN BEGINNEN, WAAR MOET IK OP LETTEN?	141
IK HEB EEN PRESENTATIE GEGEVEN	143
WELKE HOUDING NEEM JIJ AAN?	145
MOGELIJKE ERGERNISSEN BIJ (POWERPOINT) PRESENTATIES	146
ACTIEF BETREKKEN VAN JOUW PUBLIEK	146
MODEL UITNODIGING VOOR EEN BCM-PRESENTATIE	147
MODEL UITNODIGING INTERVIEW OVER EEN EVENTUELE UITVAL VAN HET PROCES INKOOP	148
BCM-AANDACHTTREKKERS	150
BCM KLETSPOT	150
PIM PAM PETTEN	160
KWARTETTEN MET BCM	160
BCM GANZENBORD	161
BCM-PLACEMAT	162
BCM-WOORDZOEKER	162
BCM-PUZZEL	163
WERKEN MET AIDA	164
MIJN AANTEKENINGEN	166
<u>BCM INVOEREN BIJ BICSMA ALS MODELBEDRIJF</u>	<u>167</u>
<hr/>	
WIE EN WAT IS BICSMA?	167
ONTSTAANSGESCHIEDENIS	167
MISSIE EN VISIE	167
STRATEGISCHE DOELEN	168
WAT EN AAN WIE LEVERT BICSMA?	168
PRODUCTEN	168
NIEUWE PRODUCTEN	169
AFNEMERS	169
AFSPRAKEN EN FINANCIËLE CONSEQUENTIES	169
LEVERANCIERS	170
JOINT VENTURES	170
CONCURRENTIE	170
PRODUCTIE IN AANTALLEN	170
BEDRIJFSPROCESSEN BICSMA?	171
PRIMAIRE PRODUCTIEPROCES	171
PREPARATION	171

MIXING	171
FILLING	172
PACKING	172
DISTRIBUTION	172
BESTURENDE PROCESSEN	173
ONDERSTEUNENDE PROCESSEN	173
PRODUCTIELOCATIES	173
LOCATIE BREUKELLEN	173
LOCATIE WOERDEN	173
KWALITEIT KWESTIES	174
DE BOTTELARIJ	174
BOTTELARIJ WOERDEN	175
DISTRIBUTIECENTRA	175
DISTRIBUTIE BREUKELLEN	175
DISTRIBUTIE WOERDEN	175
DUURZAAM ONDERNEMEN	175
ENERGIEVERBRUIK	176
WET- EN REGELGEVING	176
PERSONEEL	177
MANAGEMENT	177
ORGANISATIE OPBOUW	178
PERSONEEL NIET IN LOONDIENST	179
WERKTIJDEN	179
VERZUIM	179
VAKANTIE	179
FINANCIËN	180
LOGISTIEK	180
TRANSPORT VAN GRONDSTOFFEN	180
LOGISTIEK NAAR KLANTEN	180
INFORMATIEVOORZIENING	180
BESTURENDE EN ONDERSTEUNENDE IV	181
HUISVESTING	182
OBJECT BREUKELLEN	182
OBJECT WOERDEN	182
PRODUCTIE OP LOCATIE BREUKELLEN	182
PRODUCTIE OP DE LOCATIE WOERDEN 1	183
DISTRIBUTIECENTRUM WOERDEN 2	183
FINANCIËLE GEGEVENS	183
MIJN AANTEKENINGEN	184
HUIDIGE EN GEWENSTE BCM-SITUATIE BIJ BICSMA	185
HOUDING VAN C-LEVEL BICSMA	185
BICSMA BUSINESS CONTINUITY TEAM	185
AANGEPAST ORGANOGRAM	186
BCM-PROCESMODEL	187
RASCI, RESPONSIBLE, ACCOUNTABLE, SUPPORTED, CONSULTED, INFORMED	188
BEGRIJPEN EN BEGREPEN WORDEN	191
CONCLUSIE HUIDIGE SITUATIE BEWUSTZIJN EN DRAAGVLAK	192
BICSMA-COMMUNICATIE AFDELING	193
ZELFREFLECTIE VAN HET BCM-TEAM	193
MIJN AANTEKENINGEN	194

HET BICSMA BCM-TEAM IN ACTIE	195
ALS EERSTE	195
VAN HUIDIGE SITUATIE NAAR GEWENSTE SITUATIE	195
PLANNING	197
HET COMMUNICATIE INSTRUMENTARIUM VAN HET BCM-TEAM	197
BCM VISIE, MISSIE EN KERNWAARDEN	198
BCM LOGO	198
BCM-CARTOON	199
MAG IK MIJ EVEN VOORSTELLEN, SERAFINA!	199
OVERIGE COMMUNICATIEMIDDELEN	201
POSTER 1	204
POSTER 2	205
POSTER 3	206
LAATSTE POSTER	207
WOORDZOEKER	209
PLAN, DO, CHECK, ACT	210
SMART	210
AANDACHT TREKKEN'	210
JAARLIJKSE CAMPAGNES	211
SOS-RONDES	211
SIGNALEREN ONVEILIGE SITUATIES	212
PLAN VAN AANPAK VAN HET BCM-TEAM	213
SPONSOR	213
INZETPLANNING	213
BEPAAI BCM-BEWUSTZIJN IN DE BICSMA-ORGANISATIE	214
BCM-KARIKAATUUR ONTWERPEN	214
HOE AAN TE PAKKEN	214
WELKE BCM-BEWUSTZIJN CAMPAGNES	215
BEPAAI DE DOELGROEPEN	215
BOODSCHAPPEN OPSTELLEN	215
BEPALEN COMMUNICATIEMIDDELEN	215
COMMUNICATIEMATRIX	216
COMMUNICATIEPLAN	216
TE GEBRUIKEN THEMA'S	217
KOSTEN	217
BATEN	217
RESULTATEN METEN	217
COMMUNICATIE KPI'S	218
BCM-INTRANET SITE	220
RESULTAAT BI BICSMA	223
HOE IS HET BCM-TEAM TE WERK GEGAAN?	223
MIJN AANTEKENINGEN	228
BIJLAGEN	229
BCM MISSIE	230
BCM VISIE	230
BCM STRATEGIE	230
BCM KERNWAARDEN	231
STAKEHOLDERS EN STAKEHOLDERSDIALOGO VOOR ONZE ORGANISATIE	233
EEN GESTRAND BCM-PROCES VLOTTREKKEN	234

BUSINESS CONTINUITY MANAGEMENT VERSUS BUSINESS RESILIENCE MANAGEMENT	236
BEDRIJFSCONTINUITEITSMOEHEID VOORKOMEN EN/OF BESTRIJDEN: STRATEGIEËN OM ELK TEAM BETROKKEN TE HOUDEN	237
BCM VRAAGT (SOMS) OM GEDRAGSVERANDERING	243
MIJN AANTEKENINGEN	245
<u>BRONNEN DIE MIJ GEÏNSPIREERD HEBBEN</u>	247
AFBEELDINGEN	247
INFORMATIE DIE MIJ INSPIRATIE HEEFT GEBRACHT - INTERNET	247
INFORMATIE DIE MIJ INSPIRATIE HEEFT GEBRACHT - BOEKEN	247
EXTRA DANK	249
MIJN AANTEKENINGEN	250
<u>INTERESSANTE LINKS</u>	251
MIJN AANTEKENINGEN	253
<u>BCM-OPLEIDINGEN</u>	255
MIJN AANTEKENINGEN	256
<u>CHATGPT</u>	257
BCM IN VERHAALVORM	258
MIJN AANTEKENINGEN	260
<u>NETWERKEN EN SAMENWERKEN</u>	261
HACKING	262
STROOMSTORING	263
BRAND	264
MIJN AANTEKENINGEN	265
<u>EEN LAATSTE GOEDE RAAD</u>	267
<u>BIJNA HET EINDE VAN DIT BOEK</u>	269
<u>WIE BEN IK?</u>	271
EERST KENNISMAKEN, DAN KENNIS DELEN	271
DE EERSTE CONFRONTATIE MET EEN CALAMITEIT	271
EEN TWEEDE CONFRONTATIE	272
<u>WAT ALS LATER NU IS?</u>	275

Business Continuity Management (BCM)

Bewustzijn en Draagvlak voor BCM

Daar ga ik voor, ik maak het bekend en
bemind!

want





Ook na een calamiteit:
“Het is nog nooit zo donker
geweest of het wordt altijd wel
weer licht”

(Ede Staal)