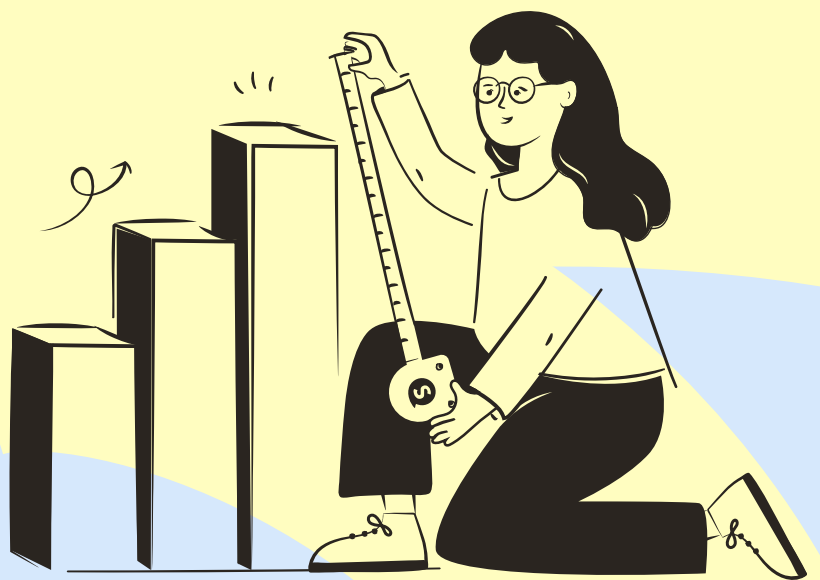




Interne communicatie meten:

Inzicht in bereik
en effectiviteit



De gouden regel van meten is: meet wat je waardevol vindt. Wat vind jij waardevol?

— Rachel Miller

Interne communicatie is de hoeksteen van je organisatie. Het beïnvloedt direct de productiviteit van medewerkers, samenwerking tussen afdelingen, motivatie, betrokkenheid en de mate van alignment binnen het bedrijf.

Onderzoek laat zien dat de productiviteit van medewerkers met 20-25% toeneemt in organisaties waar medewerkers zich verbonden voelen. Hoog betrokken medewerkers zorgen voor 23% meer winstgevendheid, terwijl bedrijven die actief inzetten op engagement een daling van 18% in personeelsverloop zien.

Zijn je medewerkers niet betrokken, werken ze onvoldoende samen of missen ze aansluiting bij de visie van het bedrijf? Dan is het tijd om kritisch te kijken naar je interne communicatiestrategie.

Natuurlijk wil je weten welke onderdelen van je interne communicatie écht effectief zijn en waar verbetering nodig is om betere resultaten te behalen.

Maar hoe kun je datagedreven beslissingen nemen als je de juiste metrics mist om te begrijpen wat werkt—en wat niet?

Het belang van interne communicatie meten om beter te communiceren

Een nulmeting vastleggen helpt je verbeterpunten te identificeren en voortgang in de tijd te volgen. Door interne communicatie te meten, bepaal je een startpunt, volg je verbeteringen en kun je je strategie continu evalueren.

- **Problemen signaleren vóór ze escaleren.** Meten helpt je zwakke plekken vroeg te ontdekken. Zo kun je prioriteiten stellen en toekomstige hoofdpijndossiers voorkomen.
- **Je aanpak afstemmen.** Ontdek hoe medewerkers écht willen communiceren en bouw je strategie daaromheen. Het draait om hen bereiken waar ze zijn.
- **Kanalen verfijnen.** Niet elk communicatiemiddel is even effectief. Met meten zie je welke kanalen impact hebben en welke vooral ruis veroorzaken.
- **Je middelen slim inzetten.** Datagedreven inzichten zorgen dat je tijd, energie en budget investeert waar het verschil maakt.
- **Verantwoording creëren.** Met data heb je bewijs. En met bewijs heb je een reden én motivatie om te blijven verbeteren.

De waarde van interne communicatie aantonen

Voor teams interne communicatie is het belangrijker dan ooit om hun waarde te bewijzen. Leidinggevendenden willen zien hoe jouw werk invloed heeft op productiviteit, betrokkenheid en bedrijfsresultaten. Kun je de ROI niet aantonen, dan blijft budget en draagvlak een uitdaging.

Daarom is **interne communicatie meten** zo belangrijk: het is je sterkste middel om je strategie en inzet te onderbouwen. De data die je verzamelt gaat niet alleen over kliks en likes—het gaat om het aantonen van echte business impact.

Door te meten wat er echt toe doet, laat je zien hoe interne communicatie direct bijdraagt aan productiviteit, engagement, retentie en winstgevendheid. En met bewijs in handen, heb je invloed en overtuigingskracht.



Praktische tips om communicatie te verbeteren door te meten

#1

Stel duidelijke doelen

Bepaal wat je wilt bereiken. Wil je productiviteit verhogen? Meer betrokkenheid? Betere aansluiting op de bedrijfsdoelen? Wees concreet en specifiek in je doelstellingen.

#2

Kies relevante metrics

Identificeer KPI's die aansluiten bij je communicatiedoelen, zoals engagementpercentages, reactietijden of kwaliteit van feedback. Hierbij kan het **CORE-framework** helpen, met focus op vier kerngebieden:

- **Cost Per Engaged Employee (CPEE).** Bereken de kosteneffectiviteit van je campagnes door de totale kosten te delen door het aantal medewerkers dat daadwerkelijk betrokken raakt. Betrokkenheid kan je meten via reacties, enquêtes of gedragsveranderingen.
- **Ongoing Engagement Trends.** Betrokkenheid is geen eenmalig moment. Meet trends in de tijd om te zien wat blijft hangen en wat niet. Zie je een terugkerende daling? Dan is het tijd om je aanpak bij te sturen.
- **Retention of Messages.** Onderzoek of medewerkers je kernboodschappen écht onthouden. Vervolg-enquêtes en korte quizzes zijn waardevolle instrumenten om te meten of je boodschap impact heeft gemaakt.
- **Engagement Follow-Up Effectiveness.** Controleer of communicatie ook leidt tot actie. Vergelijk cijfers vóór en na je communicatie om ROI te bewijzen en je strategie te valideren.

#3

Zet moderne tools in

Gebruik communicatieplatforms met ingebouwde analytics, zoals Speakap's Compass Premium. Daarmee kun je engagement, retentie en effectiviteit meten zonder dat je een data scientist hoeft te zijn.

#4

Verzamel regelmatig feedback

Vraag actief input van medewerkers via enquêtes, polls of directe feedback. Zo krijg je inzicht in sentiment en hoe boodschappen daadwerkelijk worden ontvangen.

#5

Analyseer de resultaten

Data is pas waardevol als je er iets mee doet. Breng trends, sterktes en verbeterpunten in kaart. Combineer kwantitatieve data (metrics) met kwalitatieve data (feedback van medewerkers) voor een compleet beeld.

#6

Blijf itereren en verbeteren

Meten is geen eenmalige actie. Blijf je communicatiestrategie verfijnen op basis van de inzichten die je verzamelt, en herhaal dit proces continu. Het draait om vooruitgang, niet om perfectie.

Interne communicatie meten met Speakap

Speakap's **Compass Premium** biedt een intuïtieve, data-gedreven aanpak om communicatie te verbeteren. Met realtime dashboards en overzichtelijke analytics kun je:

- Adoptie, engagement en contentprestaties in de hele organisatie volgen.
- Patronen en trends herkennen om betere bedrijfsresultaten te behalen.
- Workforce analytics data delen met je team, zodat iedereen inzicht heeft en effectiever samenwerkt.

Datagedreven beslissingen nemen die productiviteit,

- medewerkerstevredenheid en organisatieresultaten versterken.

Waarom organisaties fan zijn van Speakap's workforce analytics

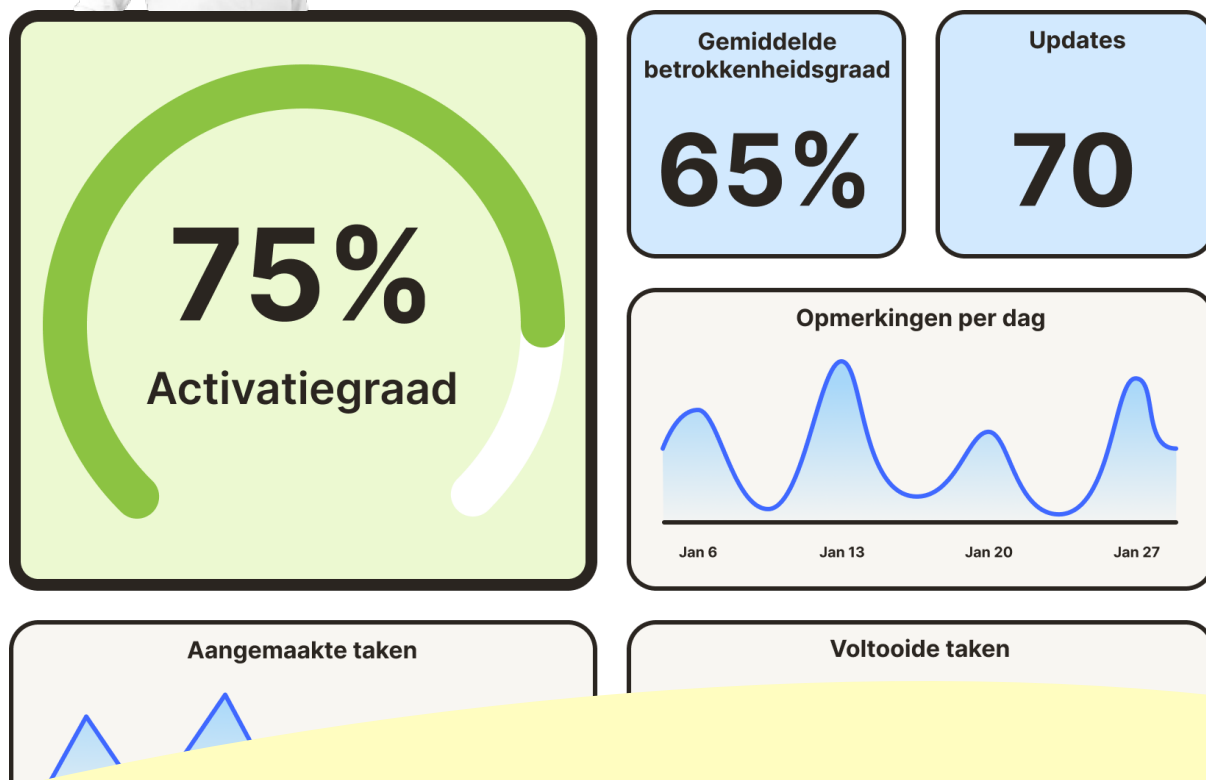
- **Direct inzicht, geen gedoe:** Start direct met gebruiksvriendelijke dashboards die je in één oogopslag workforce-data tonen. Geen complexe implementatie of specialisten nodig.
- **Samenwerken wordt eenvoudiger:** Deel analytics met je team om slimmer workforce planning te doen en prestaties op verschillende locaties te verbeteren.

- **Meten wat ertoe doet:** Volg metrics rond engagement, contentimpact, gedragstrends en prestatievergelijkingen.
- **Inzichten op maat:** Gebruik labels en segmentatie om data verder te verfijnen en je strategie te optimaliseren.
- **Voorspellende analytics:** Signaleer knelpunten in workflows en dalend engagement vóórdat ze uitgroeien tot echte problemen.

Meer dan 90% adoptie in enkele weken. 1.200+ videoweergaven. Nul PDF's in inboxen. En eindelijk? Data om alles te onderbouwen. We weten nu precies wie betrokken is, wat ze nodig hebben en hoe we kunnen verbeteren. We hoeven niet langer te gokken.



Kathy van der Wijden
Communications Coordinator bij Shell



**Jouw volgende stap naar
slimmere en actiegerichte
inzichten in interne
communicatie begint hier.**

Plan een demo

