

## Communicatie succesbepalend in GIS-project ( Deel 2 van2)

Het invoeren van nieuwe (Geo)ICT toepassingen kent vele facetten. In eerdere artikelen is gekeken naar het belang van de business case (Gis Magazine 2012-1) en het inkoopproces rondom het vinden van de juiste oplossing en partner (Gis Magazine 2012-2). In de vorige editie (Gis Magazine 2012-4) heb ik aandacht gevraagd voor het belang van een goede communicatie rondom de initiatie van een GIS Project. Daarbij heb ik de levenscyclus van een GIS-toepassing als rode draad gebruikt om communicatie-aandachtspunten en -mogelijkheden in de verschillende fasen toe te lichten.

Dit artikel pakt de draad van dat laatste onderwerp op vanaf het moment dat het projectteam en de organisatie de kick-off achter de rug hebben en daadwerkelijk aan de slag gaan.

### Het project

#### Organisatie

Eenmaal aan de slag schrijft de gehanteerde projectmethodiek veelal de formele communicatielijnen voor, inclusief de reguliere en uitzonderingsrapportages. Zeker bij grotere projecten is het aan te bevelen tevens een communicatieplan op te stellen, dit dwingt tot het bewust omgaan met vragen als wie moeten we wanneer over wat informeren. Bij een omvangrijker GIS-implementatie waar ik recent als programmamanager bij betrokken was, hebben we gewerkt met een klankbordgroep bestaande uit een dwarsdoorsnede van het middenkader van de organisatie. De reguliere communicatie met hen had grote voordelen. Enerzijds vanuit hun rol als adviseurs van het (sr)management, en anderzijds omdat zij als operationeel management op de werkvloer voor een gedegen borging (en draagvlak) zorgden. Zo zijn bij het slim inrichten van de projectorganisatie communicatielijnen in te bouwen die bij zullen dragen aan een succesvol eindresultaat.



#### Ontwerpfase

De ontwerpfase is bij uitstek geschikt om de organisatie te betrekken bij het project. De inbreng van deskundigen is sowieso noodzakelijk willen we de juiste oplossing kunnen realiseren. Indien mogelijk is het in deze fase verstandig je niet alleen tot de voor de hand liggende deskundigen te beperken. Voor een eerste afkadering en het bepalen van de hoofdlijnen van de oplossing, is het wel verstandig met hen te starten. Vervolgens is het zaak een grotere groep medewerkers te betrekken. Dat kan bijvoorbeeld via een workshop. Hierin zijn eerste ideeën te toetsten en aan te scherpen. Bovendien betaalt de geïnvesteerde energie en tijd in het creëren van een breed draagvlak, zich dubbel en dwars terug in de realisatie en gebruiksfase waar zo een betrokken groep collega's is gecreëerd.

Om gebruikers optimaal te betrekken en hun betrokkenheid nog verder te vergroten is het ook verstandig in basiskennis te investeren. Zeker als GIS voor betrokkenen nieuw is, loont het investeren in achtergrondkennis de moeite. Binnen Ruimteschepper hebben we voor deze doelgroepen korte workshops ontwikkeld, die onder de noemer "Geo leren kennen en kunnen" juist deze basiskennis, toegespitst op verschillende markten, aanreiken.

### Realisatiefase

Traditioneel was de realisatiefase de tijd van de grote stilte voor de organisatie. De (geo)ict ontwikkelaars trokken zich terug en, met al dan niet af en toe een melding dat het toch iets langer ging duren, was het verder oorverdovend stil. Moderne ontwikkelmethodieken lenen zich uitstekend voor een betere interactie. Zo gaan agile-software-ontwikkelmethodes uit van korte iteraties (scrums) waarbij de eindgebruiker nauw betrokken is bij het realiseren (bouwen/inrichten) van de nieuwe toepassing. Los van de meerwaarde van deze inbreng in het ontwikkelen/inrichten van de GIS toepassing, is deze betrokkenheid ook goed vanuit een communicatieoogpunt.



Traditionele stilte tijdens realisatie

Parallel daaraan is het goed de bredere achterban blijvend periodiek te informeren over de voortgang. Zo mogelijk door pre-views van wat komen gaat te laten zien. Indien de organisatie over een actieve intranet omgeving, of beter nog een narrowcasting faciliteit beschikt zijn dat hiervoor uitstekende media! Eventueel is ook yammer (twitteren binnen organisaties) in te zetten. Zeker bij langer lopende trajecten is regelmatige communicatie noodzakelijk. Bij gebrek aan aantoonbaar resultaat, dan wel inzicht in de voortgang van het project, ontstaat anders na een aantal maanden onherroepelijk onrust bij zowel de opdrachtgever als de betrokken eindgebruikers.

### Oplevering

Het moge duidelijk zijn dat rondom de afronding van het project goede communicatie cruciaal is. De opleveringsfase vraagt eerst veel afstemming rondom de verschillende testactiviteiten. Hierbij zijn in de acceptatietesten veel eindgebruikers betrokken. Zij dienen daartoe tijdig introducties / trainingen te ontvangen.

Parallel daaraan verdient het informeren van de organisatie over het eindresultaat alle aandacht.

Het is verstandig gelegenheid te bieden aan een bredere groep geïnteresseerden om met de nieuwe toepassing kennis te maken. Dat kan bijvoorbeeld via inloopsessies of presentaties eventueel in regulier overlegsituaties. Daarin komen vragen aanbod als: wat biedt de GIS toepassing ons, wanneer komt deze beschikbaar, hoe is kennis erover te verkrijgen, wie is te benaderen voor meer informatie etc. Indien aanwezig, is ook hier het gebruik maken van het intranet en met name narrowcasting erg waardevol, denk bijvoorbeeld aan filmpjes over de toepassing of een gebruiker/manager aan het woord.



Narrowcasting interessant communicatie medium

De communicatie rondom de afronding naar de opdrachtgever heeft een andere inhoud en beantwoordt vragen als: in hoeverre heeft het project de beoogde doelen gerealiseerd, tegen welke kosten, welke leerpunten levert het project op, is de borging binnen de organisatie geregeld, zijn er restactiviteiten...

## Ondersteunen gebruik

### Operationeel gebruik

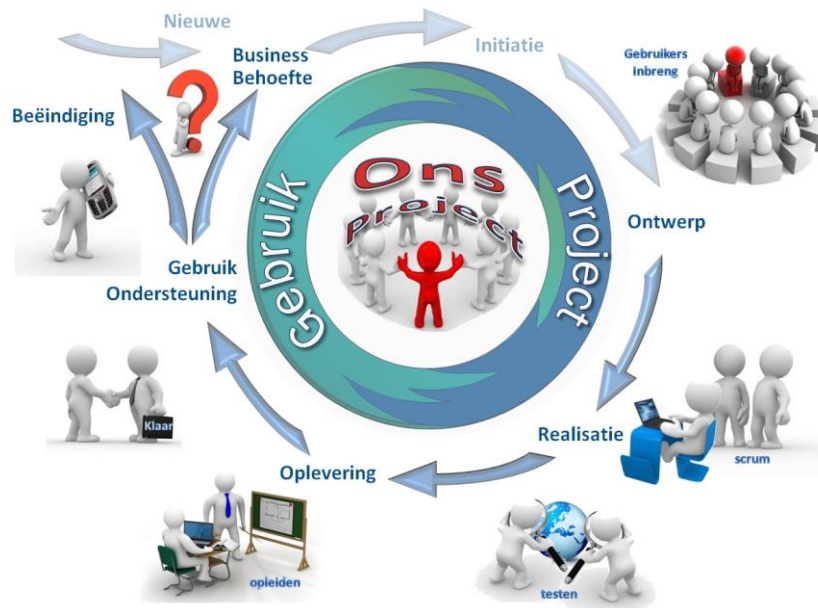
Onderdeel van een adequate opleveringsprocedure is een goed borging van de ondersteuning van de nieuwe GIS-toepassing binnen de organisatie. Qua communicatie is het van belang dat gebruikers weten bij wie ze terecht kunnen met vragen over het gebruik van het GIS, over de daarin gepresenteerde data, met eventuele problemen en met nieuwe wensen ten aanzien van de toepassing. Zeker in de eerste fase waarin gebruikers moeten wennen aan de nieuwe werkwijze is een pro-actieve communicatiehouding hier gewenst.

### Nieuwe behoeften

Vanuit het gebruik en een eventueel veranderende context, ontstaan nieuwe behoeften ten aanzien van de toepassing. Zoals het resumerende overzichtplaatje aangeeft, is het realiseren en gebruiken van een toepassing een cyclisch proces. Daarin zijn de in dit en het voorgaande artikel geschetste communicatiemomenten gepositioneerd. Vanuit de nieuwe behoeften kan, zeker als deze enige omvang hebben, opnieuw een traject van, initiatie, ontwerp, realisatie en oplevering ontstaan.

### Beëindigen gebruik

Volledigheidshalve nog aandacht voor de laatste fase. Een levenscyclus eindigt op het moment dat de organisatie de GIS toepassing niet langer gebruikt. Ook rondom dat traject is een goede communicatie van groot belang. Veelal zal een nieuwe toepassing de oude vervangen. De gebruiker zal dan willen weten of alle voor hem/haar relevante functies terugkomen, of alle data is over te zetten etc.




### Communicatie in levenscyclus GIS toepassing: Project en Gebruiksfase

Samenvattend, in elke fase van de levenscyclus is communicatie van groot belang. Omdat velen dit toch vaak als lastig ervaren en liever binnen de ivoren toren hun eigen plan trekken, resulteren veel trajecten in minder positieve resultaten dat met een adequate communicatie het geval zou zijn geweest. Daarom geef ik mijn stelling in deze graag mee: “je communiceert zelden te veel, maar vaak te weinig”.



 [j.roodzand@ruimteschepper.nl](mailto:j.roodzand@ruimteschepper.nl)

 @JanRoodzand

Jan Roodzand heeft een ruime ervaring als ondernemer, adviseur en programmamanager in het implementeren van GIS-omgevingen. Kenmerkend daarbij is de integratie ervan met andere informatiesystemen. Hij is mede oprichter van Vicrea, dat hij in 2008 verliet om als zelfstandig adviseur actief te zijn vanuit Roodzand Advice. Sinds het najaar van 2011 is hij tevens mede initiatiefnemer en partner in Ruimteschepper.