

Context

De functie is gepositioneerd binnen een sportbond die zich inzet voor (plm. 500) aangesloten verenigingen en (top)sporters (plm. 150.000) op het gebied van accommodatie, opleiding, promotie van de sport en sportontwikkeling (breedtesport). Daarnaast behartigt ze de belangen van de topsport ten behoeve van uitzendingen naar EK's, WK's en Olympische spelen. Er zijn in totaal ongeveer 75 medewerkers werkzaam bij de bond. Daarnaast zijn veel vrijwilligers actief in commissies en werkgroepen.

De organisatie besteedt continu aandacht aan het positioneren van de sport in de markt en het onder de aandacht brengen van evenementen e.d. De afdeling communicatie bestaat uit twee communicatieadviseurs, een redacteur en een communicatiemedewerker. De redacteur is primair verantwoordelijk voor het samenstellen en uitgeven van op de verschillende doelgroepen gerichte on- en offline uitingen (periodieke uitgaven, productbladen, websites e.d.). De communicatiemedewerker ondersteunt de manager en is gericht op het uitvoeren van operationele communicatie-activiteiten qua inhoud en organisatie. Bij de daadwerkelijke totstandkoming van communicatieactiviteiten wordt gebruik gemaakt van de diensten van externen, zoals vormgevers, drukkers, evenementenorganisaties e.d. De manager communicatie II bepaalt de communicatiestrategie en daaraan gekoppeld de te hanteren uitgangspunten en kaders op het gebied van communicatie en is de sparringpartner/adviseur van de 'onderwerp-eigenaar', zijnde marketing en sponsoring voor commerciële uitingen, verenigingszaken voor communicatie met leden, etc.

Doel

Geven van invulling, uitwerking en realisatie aan een effectieve communicatiestrategie ter ondersteuning van organisatiedoelen.

Rapportagestructuur

Direct leidinggevende: directeur

Geeft leiding aan: communicatieteam (± 4 medewerkers)

Resultaat/bijdrage**Resultaatindicatoren****1. Communicatiestrategie en -agenda**

Aansluitend op strategische keuzes en doelstellingen van de bond zijn onderwerp-eigenaren geadviseerd over de invulling van de te hanteren communicatiestrategie t.a.v. inhoud, uitstraling, vorm, kanalen, doelgroepen e.d., resulterend in een samenhangende communicatiestrategie en agenda met globale activiteiten.

- strategie en agenda aansluitend op organisatie-doelen;
- draagvlak, acceptatie voorstellen;
- realisatie organisatiedoelen door effectieve communicatie, ook op langere termijn.

2. Communicatieplan

Communicatieactiviteiten zijn nader onderzocht, geanalyseerd en uitgewerkt in de vorm van een onderbouwd communicatieplan met aandacht voor communicatiedoelen, inhoud, doelgroepen, vorm, middelen, budget e.d.; een en ander in samenwerking en overleg met de interne onderwerp-eigenaar en overige betrokkenen (inhoudsdeskundigen).

- onderbouwde plannen t.a.v. resultaat, inhoud, vorm, planning, budget;
- betrokkenheid, draagvlak en acceptatie intern;
- impact op positionering sport en (naams)bekendheid bond en/of dienstverlening.

3. Realisatie communicatieactiviteiten

De realisatie van communicatieactiviteiten is effectief gestuurd qua proces, inhoud, vorm, middelen e.d. door het zelf verzorgen van inhoudelijke en procesmatige activiteiten (projectmanagement, produceren content, issue- en stakeholdermanagement e.d.), maar ook door het coördineren van de inzet en bijdragen van in- en externen.

- realisatie beoogd effect;
- inhoud, vorm conform kwaliteitseisen;
- binnen gestelde termijn, budget;
- bijdragen in- en externen conform afspraken.

4. Opdrachtgeverschap

Met/door externe dienstverleners zijn eenduidige afspraken gemaakt/nagekomen over de inzet en bijdragen aan het realiseren van communicatieactiviteiten t.a.v. inhoud, vormgeving, productie e.d.

- eenduidige afspraken over bijdragen en voorwaarden;
- feitelijke bijdragen conform afspraken.

5. Effectmeting communicatie

De resultaten en het effect van communicatie zijn gemeten met behulp van daarop toegesneden onderzoeken en de uitkomsten hiervan leveren input voor de evaluatie en bijsturing van communicatie qua inhoud, vorm, agenda e.d.

- inzicht in effect van communicatie;
- onderzoeksmethode aansluitend op beoogd doel, resultaat;
- basis voor evaluatie en bijsturing.

<p>6. Optimalisatie, innovatie communicatie Er is bijgedragen aan het optimaliseren en innoveren van communicatie door het benoemen van kansen, mogelijkheden en (in projectgroepen) bijdragen aan het onderzoeken, uitwerken en implementeren van optimalisaties, innovaties t.a.v. vormgeving, middelen, kanalen e.d.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - benoemde kansen, mogelijkheden; - bijdragen conform afspraken; - ontwikkeling effectiviteit van communicatie.
<p>7. Personeelsbeheer De resultaatbijdragen, ontwikkeling, betrokkenheid en motivatie van medewerkers zijn effectief aangestuurd.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - feitelijke bijdragen medewerkers; - feitelijke inzet/ontwikkeling kwaliteiten t.o.v. afspraken; - naleving kernwaarden, cultuur binnen het team.
<p>Bezwarende werkomstandigheden</p> <ul style="list-style-type: none"> - Geen bijzondere. 	

KENMERK	-	COMMUNICATIEMANAGER I	COMMUNICATIEMANAGER II	+
Context	Zie referentiefunctie en NOK content specialist	- Sportbond met plm. 120 verenigingen, plm. 35.000 leden, plm. 15 medewerkers.	- Sportbond met plm. 500 verenigingen, plm. 150.000 leden, plm. 75 medewerkers.	Geen referentiefunctie beschikbaar
Focus		- Focus van de functie ligt op het ontwikkelen, realiseren en evalueren van communicatieplannen en -activiteiten binnen de gegeven communicatiestrategie, waarbij communicatiemanager I een solo-positie betreft.	- Focus van de functie ligt op de ontwikkeling, realisatie en evaluatie van de communicatiestrategie en plannen, gebruikmakend van in- en extern betrokkenen.	
Leidinggeven		- Niet van toepassing.	- Aansturing van het communicatieteam (ongeveer 4 medewerkers).	
Functiegroep		11	12	

CPR.03 COMMUNICATIEMANAGER II

Kennis en betekenisvolle ervaring

- WO werk- en denkniveau;
- managementervaring op strategisch/tactisch niveau bij voorkeur binnen de sportsector;
- uitgebreide kennis van trends op het gebied van communicatie;
- kennis van branchegerichte, maatschappelijke beleidsbepalende en politieke ontwikkelingen t.a.v. de Sector Sport;
- inzicht in het medialandschap;
- uitstekende uitdrukkingsvaardigheid in woord en geschrift in de Nederlandse taal;
- enige jaren relevante werkervaring in een soortgelijke functie.

Competenties/gedragsvoorbeelden

Resultaten realiseren (ontwikkelingsstap III)

Stelt ook voor anderen meetbare doelen en prioriteiten en beïnvloedt andere teams/afdelingen.

- a. bewaakt tussentijds dat de te behalen resultaten tijdig zullen worden gerealiseerd;
- b. stimuleert anderen om ook bij weerstand of tegenslag te zorgen voor het behalen van de afgesproken resultaten;
- c. stelt afdelingsdoelstellingen voor en maakt afspraken met anderen over welke resultaten er wanneer dienen te worden behaald, zowel binnen als buiten het team;
- d. zorgt ervoor dat mensen binnen de afdeling zorgen voor continue resultaatverbetering.

Organisatiesensitiviteit (ontwikkelingsstap III)

Creëert draagvlak voor ideeën en initiatieven op basis van de organisatiedoelstellingen en de machtsverhoudingen binnen de organisatie.

- a. beheert vertrouwelijke informatie en blijft deze ook onder extreme druk afschermen voor anderen;
- b. handelt op de juiste wijze naar de formele en informele structuur en de belangen binnen de eigen organisatie;
- c. speelt in op belangen en reacties van de ander en kiest een passende invloedstijl;
- d. stuurt op communicatie- (interactie) en gevoelsniveau.

Adviesvaardigheden (ontwikkelingsstap III)

Geeft klanten op zo'n manier oplossingen voor hun vraagstukken dat ze de gegeven oplossingen niet alleen accepteren maar ook gaan toepassen.

- a. verzekert zich van draagvlak bij de klant bij de identificatie en analyse van het vraagstuk;
- b. overtuigt de klant dat de oplossing aansluit bij zijn/haar doelstelling en visie;
- c. ondersteunt de klant bij implementatie van de oplossing en geeft procesgerichte adviezen.

Doelgericht communiceren (ontwikkelingsstap IV)

Draagt zorg voor een doelgerichte inzet van het middel communicatie binnen en buiten de organisatie.

- a. moedigt anderen aan en ondersteunt anderen bij effectieve communicatie met collega's en klanten;
- b. stemt de inzet van communicatiemiddelen af op de doelstellingen van de organisatie en de behoefte aan informatie;
- c. weet in de informatievoorziening de juiste mensen en organisaties te betrekken.

Integraal managen (ontwikkelingsstap III)

Maakt keuzes bij het verkrijgen en inzetten van mensen, geld en technische hulpmiddelen om daarmee optimale resultaten te behalen.

- a. deelt eigen tijd en hulpmiddelen en die van anderen in;
- b. stelt prioriteiten en bouwt mijlpalen en controlemomenten in;
- c. maakt een afweging van de mogelijkheden om de middelen effectiever in te zetten (zelf doen dan wel uitbesteden, technische oplossingen etc.).

Dit document (functie-eisen en competentieprofiel) heeft geen invloed op het functieniveau