

communicatie

Jurybeoordeling genomineerden Communicatiemanager van het Jaar

Jules Prast - hoofd Corporate Communicatie, Koninklijke Philips Electronics
'Global CC - thematisch, innovatief en accountable'

Jules Prast werkt op het internationale hoofdkantoor van Royal Philips Electronics N.V. en rapporteert aan de Raad van Bestuur als eerstverantwoordelijke voor de wereldwijde corporate communicatie van Philips.

Niet onverdienstelijk, want waar veel van zijn voorgangers voortijdig sneuvelden is Jules erin geslaagd om de handen op elkaar te krijgen voor zijn aanpak. En die aanpak is een inspirerend voorbeeld voor andere ondernemingen.

Opvallende bouwstenen uit de aanpak van Jules bij Philips zijn:

- De 'themed messaging' strategie, waarbij alle berichtgeving is opgehangen en in de context wordt geplaatst van enkele goed gekozen thema's, waardoor de communicatie van zeer versnipperd nu een campagnematig karakter krijgt. Denk bijvoorbeeld aan alle ontwikkelingen binnen Philips die communicatief zijn opgehangen aan het parapluthema 'Towards One Philips' (TOP).
- Het systematisch en wereldwijd monitoren van de effecten met behulp van de CARMA-meetmethode, waardoor het mogelijk is om continu bij te sturen, concrete en meetbare doelstellingen te formuleren, kwantitatief te rapporteren aan de Raad van Bestuur en de effecten van Philips doorlopend te benchmarken met internationale 'peers' als Microsoft en General Electric.
- Wereldwijde organisatie, samenwerking en versterking van de corporate communicatiefunctie op het niveau van hoofdkantoor, productdivisies, landen en regio's en business groups. Onder andere via de zogenaamde



communicatie

corporate communication council: een goed voorbeeld van een coördinerend orgaan.

- Gebruik van innovatieve tools en technologie, bijvoorbeeld in de vorm van een wereldwijde, webbased planningtool voor nieuwsmomenten die tot een sterke regie heeft geleid en de 'themed messaging' ondersteunt.

Door dit alles is de corporate communicatiefunctie van Philips niet alleen extern zeer effectief gebleken, maar kan deze nu ook intern op waardering rekenen. In-tussen wordt de beschreven aanpak voor de externe corporate communicatie ook toegepast voor de wereldwijde interne communicatie binnen Philips.

Den Haag, 11 december 2003

