



Agile in Marketing & Communicatie What's next?

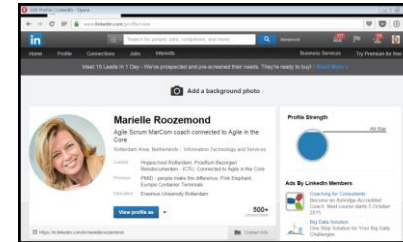
Mariëlle Roozmond

Datum: 11 oktober 2018



Wie?

- Agile MarCom coach
- Hogeschooldocent
(Communicatie, Media, Informatica)
- Auteur & Agile enthousiast
- Bestuurslid Agile Consortium
- Voorzitter Agile marcom Consortium



Programma

- Waar staan we nu?
- De agile MarCom spaghetti
- Pak een vork ...



Agile: waar staan we nu in het marcom domein?

Marketing

Breder trekken dan reactiesnelheid
en datagedrevenheid

Voorzichtige gewenning aan het
fenomeen coaching

Hoogste drempels: de
specialisatiebubbles en de silo's

Beste vooruitzicht: impact

Communicatie

Starten en herstarten

Voorzichtige gewenning aan het
fenomeen coaching

Hoogste drempels: de
specialisatiebubbles en de silo's

Beste vooruitzicht: impact



Agile oplossing voor:

- Werkdruk en uitval door drukte
- Samenwerkingsproblemen tussen teams, afdelingen en de business
- Productietempo/reactiesnelheid buitenwereld omhoog



Stagnatie na verloop van tijd

Bijvoorbeeld:

- Stand ups werken niet
- Bord nauwelijks benut
- Beloofde voordelen blijven uit



De agile marcom spaghetti:

- Specialisme bubbels en silo's
- Vanaf de start effectief in multidisciplinaire teams?
- Beroepsopvatting marketing/communicatieprofessional



Specialismebubbels en silo's

- Totaal gefragmenteerd marcom proces
- Symptoom: veel gesprekken tussen specialisten en silo's om samenwerking te verbeteren
- Oplossing: dakpannen



Effectief in multi-disciplinaire teams?

- *“Ik kon niets doen, dus ik ben niet meer gegaan totdat ik wel weer nodig was.”*
- Symptoom: teveel projecten blijven doen en altijd druk zijn. Uitval.
- Oplossing: nieuwe raamwerken en tools leren waarmee vanaf de start waarde toegevoegd wordt



Beroepsopvatting:

- Er kan alleen iets veranderen voor mij als alles om mij heen mee verandert
- Symptoom: afwachten, trekken en duwen
- Oplossing: persoonlijk leiderschap



De driehoek van organisatie agility

samenwerken

Thriving on change

Teams ipv afdelingen

Persoonlijk leiderschap

T-shaped professionals

Dakpannen

Pull ipv push

Value proposition canvas

Mom testing

Lean StartUp

Design thinking

Focus on outcomes rather than outputs

werkstroom (flow)

leren



Pak een vork...

- Waar beginnen met prikken en rollen?
- Hoe aanpakken?







+31 (0)652 689 636



marielle.roozemond@agilecommunicatie.nl



www.agilecommunicatie.nl



www.linkedin.com/in/marielleroozemond



[@MarielRoozemond](https://twitter.com/MarielRoozemond)

