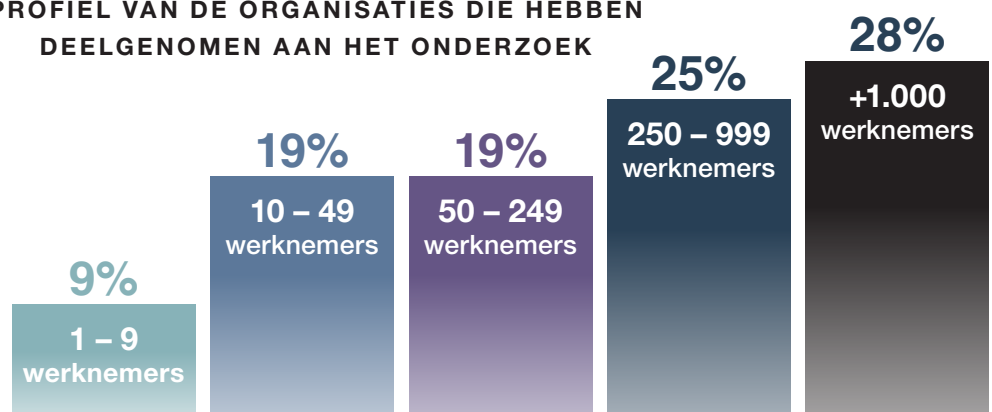
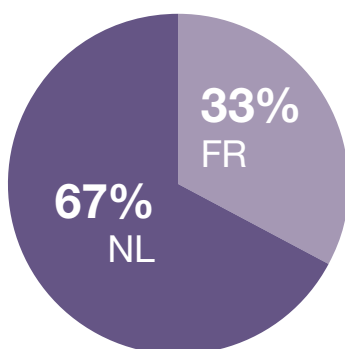


Enquête bij Belgische CEO's

Whyte Corporate Affairs, het Belgische bureau gespecialiseerd in bedrijfscommunicatie en public affairs, ondervroeg meer dan 70 CEO's* om inzicht te krijgen in hun bezorgdheden, prioriteiten en uitdagingen op het vlak van communicatie.

PROFIEL VAN DE ORGANISATIES DIE HEBBEN
DEELGENOMEN AAN HET ONDERZOEK



* Studie uitgevoerd door Whyte Corporate Affairs tussen 21 augustus en 26 september 2024 bij meer dan 70 CEO's van private en publieke ondernemingen gevestigd in België.

Communicatie als strategische prioriteit

De bevroagde CEO's erkennen het belang van communicatie in deze volatiele en complexe omgeving. 63% van hen beschouwt communicatie vandaag als een fundamentele strategische hefboom en als een waarborg voor vertrouwen en succes op lange termijn.

Beschouwt u, naast uw andere prioriteiten als CEO, uw communicatie als...?



Beschikt u over een communicatieteam?



Zo ja, uit hoeveel voltijdse equivalenten bestaat het?

UIT GEMIDDELD

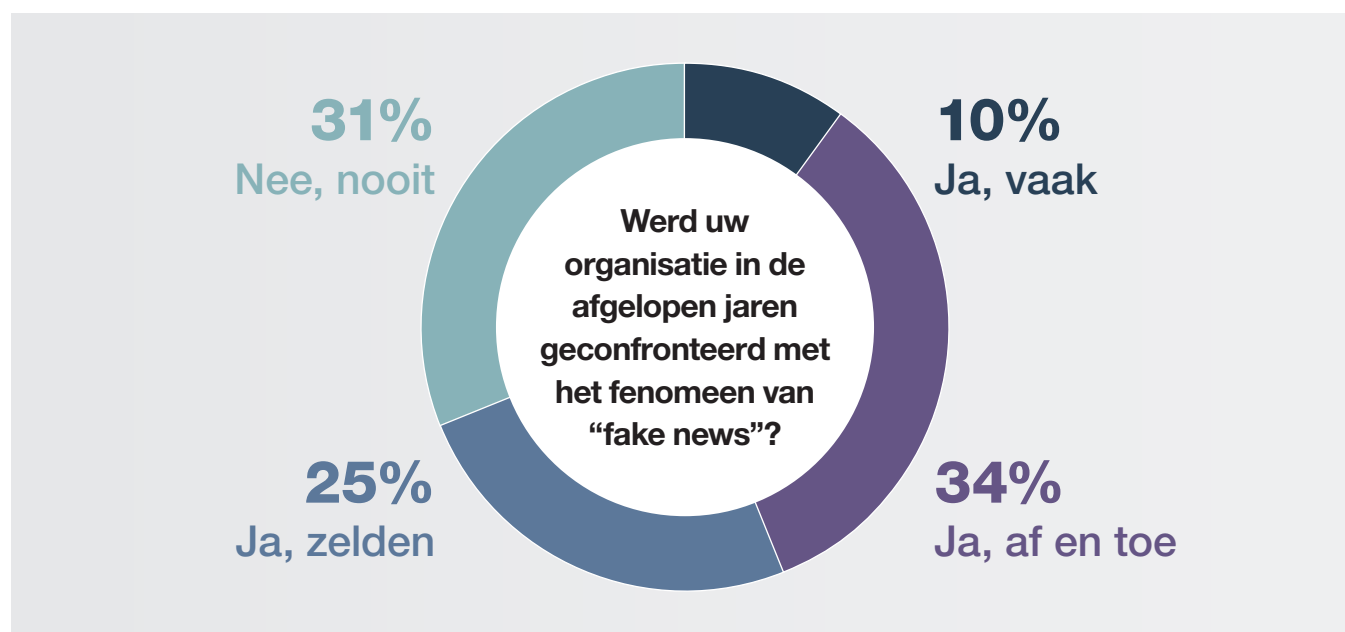


Wat is de grootste uitdaging die u op dit moment ervaart op het gebied van communicatie?



Fake news, een tikkende tijdbom

Maar liefst 69% van de bevroegde Belgische CEO's geeft aan dat hun bedrijf recent werd geconfronteerd met "fake news", een stijging van 23% ten opzichte van 2019 en daarmee een belangrijk communicatievraagstuk.

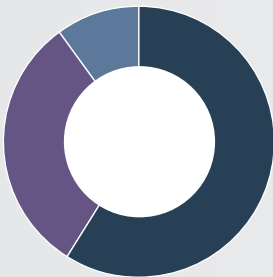


Fake news komt steeds vaker voor en is steeds moeilijker te beheersen. Dit is een complex fenomeen, dat zowel te maken heeft met de opkomst van nieuwe technologieën en AI, veranderende sociale dynamieken en traditionele media die vaker omzeild worden.

Crisismanagement, nog ruimte voor verbetering

Hier ligt de grootste uitdaging, aangezien 74% van de ondervraagde CEO's aangeven slechts matig tot onvoldoende voorbereid te zijn om de communicatie bij een crisis te beheren.

Wie zou er volgens u de media te woord moeten staan in geval er zich een crisis voordoet binnen uw organisatie ?

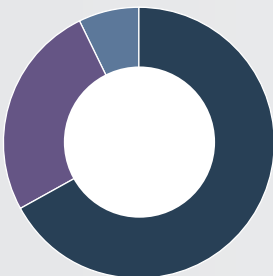


59% Ik ben het best geplaatst om te communiceren

31% Het is in de eerste plaats de rol van mijn woordvoerd(st)er

10% Het is de rol van een lid van mijn directiecomité afhankelijk van het onderwerp

In geval van een crisis binnen uw organisatie, voelt u zich voorbereid om op de voorgrond te treden en te communiceren?



67% Ik voel me redelijk voorbereid

26% Ik voel me volledig voorbereid

7% Ik voel me onvoldoende voorbereid

Een ambivalente verhouding tot de pers: tussen interesse en terughoudendheid

De angst voor verkeerde interpretaties en de wens om het publieke imago van het bedrijf te controleren, zet spanning op de relaties tussen CEO's en journalisten. Wij raden altijd aan om een proactieve strategie te hanteren ten opzichte van de media, door vertrouwen op te bouwen en kwalitatieve relaties aan te gaan met de belangrijkste journalisten die het bedrijf volgen.

Denkt u dat communicatie met klassieke media een significante invloed heeft op de reputatie van uw organisatie?

57% Gematigd

29% Sterk

14% Weinig

Hoe bereidt u zich voor op een persinterview? (meerdere antwoorden mogelijk)

89% Ik bereid kernboodschappen voor

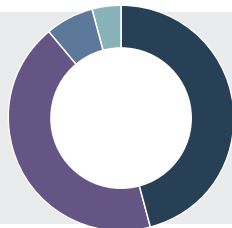
75% Ik heb een Q&A voor gevoelige vragen

35% Ik vraag achtergrondinformatie over de journalisten die ik ontmoet

29% Als het kan, volg ik mediatraining

6% Ik bereid me nauwelijks voor, ik beheers mijn onderwerpen goed

Op het vlak van woordvoering, bent u...



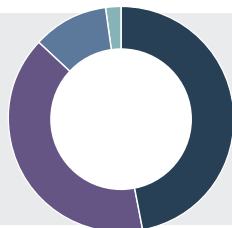
46% Eerder reactief

43% Eerder proactief

7% Uiterst proactief

4% Uiterst reactief

Hoe ervaart u interviews of ontmoetingen met de pers?



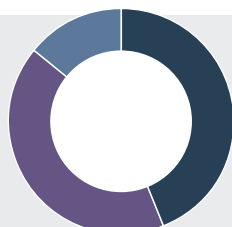
47% Niet per se aangenaam, maar noodzakelijk

40% Aangenaam en noodzakelijk

11% Ik vind het een leuke oefening

2% Stresserend en onaangenaam

Maakt u gebruik van het "off-the-record"-principe in uw contact met journalisten?



44% Nooit

42% Af en toe

14% Regelmatig



Positionering als CEO: nood aan actie

Hoewel CEO's zich bewust zijn van de band tussen hun reputatie en die van hun bedrijf, heeft 83% van de bevroegde CEO's helemaal geen (43%) of geen gestructureerde (40%) positioneringsstrategie. Dit is vaak te wijten aan andere dringende operationele prioriteiten, een gebrek aan tijd en middelen, of een onderwaardering van de potentiële impact op lange termijn. Daarnaast getuigen de CEO's ook van een gebrek aan gespecialiseerd advies en methoden om een persoonlijke positionering te ontwikkelen die consistent is met het imago van hun bedrijf.

Heeft u een strategie voor externe CEO positionering?



Meet u uw externe zichtbaarheid en uw reputatie als bedrijfsleider?



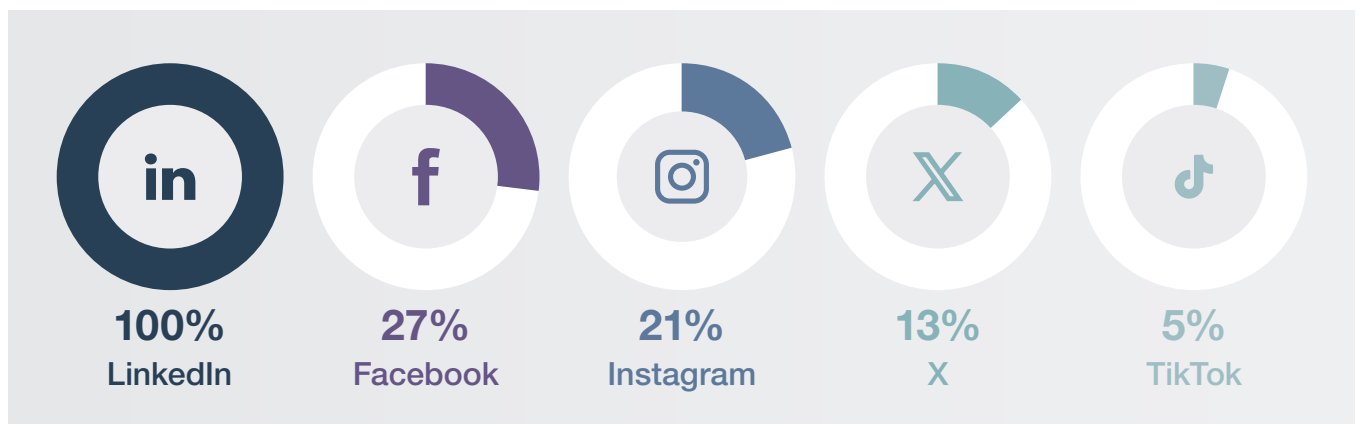
Sociale media, CEO's nog steeds terughoudend

Belgische CEO's lopen hier relatief achter in vergelijking met andere landen. Velen zijn terughoudend om te communiceren op sociale media vanwege een gebrek aan ervaring en familiariteit met deze platformen. Er speelt ook een sterke angst voor de risico's die gepaard gaan met communicatiefouten en mogelijke negatieve reacties op sociale media. Degenen die de sprong wagen, zien echter al snel de voordelen en positieve resultaten, met name voor hun eigen carrière.

Bent u professioneel actief op sociale media als CEO en vertegenwoordiger van uw organisatie?



Op welke sociale media bent u actief? (meerdere antwoorden mogelijk)

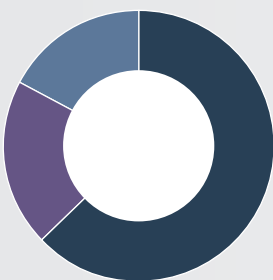


Indien u niet professioneel actief bent op sociale media, is dat:

“Ik communiceer eerder via de sociale netwerken van mijn bedrijf en niet via mijn eigen sociale netwerken.”

Leadership en employee engagement

Hoe beïnvloedt uw leiderschapsstijl uw aanpak van interne communicatie?



- 63%** Ik hanteer een participatieve en inclusieve stijl waarbij ik actief de medewerkers betrek
- 20%** Ik geef de voorkeur aan een directe stijl met een duidelijke visie en verwachtingen
- 17%** Ik hanteer een stijl van transformationeel leiderschap, waarbij ik medewerkers inspireer en motiveer door visionaire boodschappen

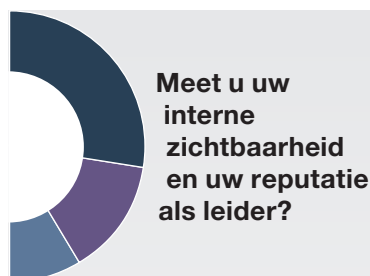
Wat is uw grootste uitdaging op het gebied van interne communicatie?

- 32%** Werkwijzen transformeren en verandering beheren
- 30%** Vertrouwen en betrokkenheid wekken
- 13%** Medewerkers motiveren om ambassadeurs te worden van onze organisatie
- 11%** De strategie en visie begrijpelijk maken
- 10%** Een duurzame bedrijfscultuur creëren en uitdragen



Wat is volgens u de belangrijkste eigenschap van een leider op het gebied van interne communicatie?

- 66%** Authenticiteit
- 20%** Duidelijkheid
- 8%** Overtuigingskracht
- 6%** Empathie



Meet u uw interne zichtbaarheid en uw reputatie als leider?

- 55%** Nee, maar ik zou het nuttig vinden
- 28%** Nee, ik denk niet dat het nodig is
- 17%** Ja, natuurlijk



Heeft u een strategie voor interne CEO positionering?

- 54%** Ja
- 35%** Nee, maar ik zou het nuttig vinden
- 11%** Nee, ik denk niet dat het nodig is

Over Whyte Corporate Affairs

Whyte Corporate Affairs is een Belgisch, onafhankelijk strategisch communicatieadviesbureau dat in 2008 werd opgericht. Whyte is gespecialiseerd in corporate communicatie, crisiscommunicatie en issuesmanagement, public affairs, interne communicatie en veranderingsmanagement, financiële communicatie en information design. Het bundelt deze expertiseterreinen in een geïntegreerde benadering van 'corporate' en 'public affairs'.

Whyte Corporate Affairs breidt ook haar werkingsgebied uit met haar twee agentschappen die hetzelfde DNA delen: Twyst en StudioTokyo – het eerste richt zich op public relations en merkreputatie, het tweede op visualisatie. Het agentschap telt 40+ medewerkers en heeft kantoren in Brussel en Antwerpen.

Whyte Corporate Affairs staat bekend om haar successen en ontving tal van internationale onderscheidingen, waaronder de European Excellence Award voor 'Public Affairs', de Sabre Award voor 'Crisis Management', een European Excellence Award voor het sensibiliseren van stakeholders, en Benelux Consultancy of the Year. In 2023 stond het bureau meermaals op het podium bij de Best of Reputation Awards, onder meer in de categorieën Integrated PR, Earned media en Corporate campaigns. Recentelijk, in 2024, won Whyte Corporate Affairs de Sabre Award in de categorie Real Estate & Construction.