

STAKEHOLDER ENGAGEMENT SURVEY

AANDACHT VOOR HET ECHTE VERHAAL VAN UW STAKEHOLDERS

Weet u wat uw stakeholders echt van het MVO-beleid van uw organisatie vinden? b-open en SAMR (SmartAgent MarketResponse) hebben een instrument ontwikkeld om zowel kwantitatief als kwalitatief inzicht in die vraag te krijgen. We gaan op zoek naar de indrukken en verhalen van uw stakeholders. Dat biedt u concrete aanknopingspunten om het MVO-beleid aan te scherpen en te verbeteren.

HOE SPEELT U MET HET MVO-BELEID IN OP DE VERWACHTINGEN VAN UW STAKEHOLDERS?

De Stakeholder Engagement Survey meet fact-based hoe de relevante stakeholdergroepen uw MVO-beleid beoordelen. Het biedt u een manier om invulling te geven aan stakeholderconsultatie, zoals ook in de GRI richtlijnen (G4) wordt verlangd. De MVO-prestaties van uw organisatie worden beoordeeld door verschillende stakeholdergroepen en wij gaan op zoek naar hun verwachtingen. Dat meten we op alle relevante MVO-thema's.

VRAGEN DIE BEANTWOORD WORDEN

- Hoe ervaren stakeholders het huidige MVO-beleid van uw organisatie?
- Hoe beoordelen ze de prestaties van het bedrijf per thema?
- Hoe belangrijk zijn volgens stakeholders de verschillende MVO-thema's?
- Wat moet uw organisatie doen om aan de verwachtingen van de stakeholders te voldoen?
- Zijn er verschillen in de beoordeling en verwachtingen tussen de stakeholdergroepen?

STANDAARD OF EIGEN THEMA'S

Voor de basisopzet van de Stakeholder Engagement Survey hebben we een standaard set van MVO-thema's opgesteld. Daarvoor hebben we de GRI- en ISO26000 richtlijnen als uitgangspunt gebruikt. Wilt u graag eigen materiële thema's toetsen? Geen probleem, dan vervangen we die set door uw thema's of vullen hem aan. Het is ook mogelijk om vragen over eigen activiteiten of campagnes mee te nemen in het onderzoek.

U BEPAALT DE STAKEHOLDERS

Medewerkers, klanten, leveranciers, maatschappelijke organisaties, overheden? In Nederland of in andere landen? U bepaalt welke stakeholders betrokken worden in het onderzoek. Uw eigen relatiebestanden, het consumentenpanel van SAMR (De Onderzoek Groep) of een combinatie. Samen bekijken we wat de optimale mix in segmenten is. Zo wordt het onderzoek exact op uw behoeften afgestemd.

ZO WERKT HET

We werken met een vast vragenlijstformat dat de respondent redelijk snel kan invullen. Dat komt ten goede aan het responsepercentage. De respondent geeft het MVO-beleid een rapportcijfer en licht dit vervolgens toe. In dit 'open antwoord' kan de respondent alles benoemen wat hij relevant vindt.

Vervolgens beoordeelt de respondent de prestatie van uw organisatie aan de hand van de standaard of uw eigen MVO-thema's. Het belang van de verschillende thema's meten we indirect (via een correlatieanalyse). Uit ervaring weten we namelijk dat mensen zich vaak laten leiden door vooroordelen als ze rechtstreeks gevraagd wordt naar het belang van criteria. Door deze indirecte methode krijgen we een realistischer beeld van wat mensen echt belangrijk vinden.

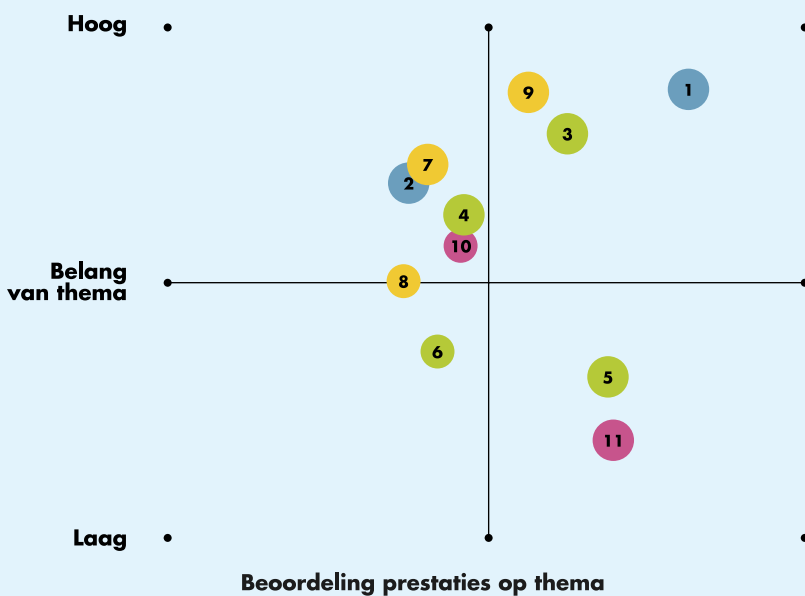
Tot slot brengen we in kaart hoe stakeholders de transparantie en communicatie over MVO van de organisatie beoordelen. En we meten het effect van het MVO-beleid op het imago van uw organisatie.

DE KRACHT VAN VERHALEN

In de combinatie van cijfers en open antwoorden of verhalen ligt de kracht van dit onderzoek. Onderwerpen die stakeholders in hun toelichting vaak noemen zijn belangrijk voor het beeld dat men heeft over het MVO-beleid van uw organisatie. Door middel van 'Root Cause Analysis' gaan we op zoek naar de kern van de beleving van de stakeholders over uw MVO-beleid. Stakeholder die enthousiast zijn over het MVO-beleid (8 of hoger geven) wordt gevraagd hun enthousiasme te onderbouwen. Stakeholders die gematigd zijn (6 of 7) of ontevreden (5 of lager) wordt gevraagd verbeter suggesties te noemen. De stakeholders classificeren zelf hun antwoord door aan te geven met welke van de voorgelegde MVO-thema's hun toelichting vooral te maken heeft.

INPUT VOOR MATERIALITEITSMATRIX

Met de resultaten van Stakeholder Engagement Survey krijgt u input voor het opstellen van de materialiteitsmatrix en voor het aanscherpen van uw MVO-beleid. De verschillende stakeholders worden op dezelfde manier bevestigd. Daardoor is het eenvoudig om te vergelijken welke aspecten ze belangrijk vinden en hoe ze de MVO-prestaties van uw bedrijf beoordelen. U ziet op welke thema's meer inspanningen gewenst zijn en welke stakeholders nog niet de gewenste beeldvorming hebben. Zo kunt u bepalen wat er nodig is om dat bij te stellen, bijvoorbeeld in communicatie. U kunt op basis van de uitkomsten ook besluiten om een bepaalde groep stakeholders nog verder te raadplegen.



SOCIAAL

- 1 Goede arbeidsomstandigheden
- 2 Voorkomen van armoede

MILIEU

- 3 Voorkomen klimaatverandering
- 4 Verantwoord omgaan met grondstoffen
- 5 Zuinig watergebruik en voorkomen watervervuiling
- 6 Bevorderen biodiversiteit en behoud van natuur

EERLIJK ZAKEN DOEN

- 7 Eerlijke prijs betalen aan producenten en toeleveranciers (fair trade)
- 8 Eerlijke marketing en reclame
- 9 Stimuleren van duurzame consumptie

COMMUNITY

- 10 Ondersteunen van lokale gemeenschappen
- 11 Stimuleren werkgelegenheid en economie

DE VOORDELEN VAN DEZE AANPAK

De Stakeholder Engagement Survey is ontwikkeld door b-open en SAMR. De MVO-expertise van b-open en de onderzoeksexpertise van SAMR zorgen voor:

- diepgang en meer duiding van wat er leeft onder stakeholders door spontane antwoorden
- een realistischer beeld van wat stakeholders echt belangrijk vinden door indirecte meting van het belang van de thema's
- eenvoudige vergelijking en gap-analyses tussen verschillende stakeholdergroepen
- efficiency door gestandaardiseerde aanpak en rapportage

MEER INFORMATIE?

b-open



BART BRUGGENWIRTH

06-1492 6153, bart@b-open.nl



ANNETTE GROEN

06-51101981, annette.groen@samr.nl