

BPM-Forum geeft helderheid

COMMUNITY BUILDING

Vijf jaar geleden was ik verantwoordelijk voor de marketing van Staffware, een leverancier van BPM software. Toen Gartner de eerste BPM Magic Quadrant publiceerde, bleken we de enige 'leader' in Europa te zijn.

'Kennissen delen in vrijheid geeft community waarde'

Ondanks ons *leadership* in Europa, kende niemand ons. Toen op het eerste BPM-congres in Nederland in 2003 bleek dat van de 300 bezoekers er maar 20 gebruikers waren, werd het tijd voor iets anders. Immers, 'vraag' en 'aanbod' kwamen nog niet bij elkaar.

Maar hoe dan anders? Besloten is gewoon een aantal data in de agenda te prikken en mensen uit ons eigen netwerk uit te nodigen om over BPM van gedachten te wisselen. We hebben onszelf het BPM-Forum genoemd. We bestaan inmiddels 5 jaar en groeien nog steeds. De rest van dit artikel gaat inhoudelijk niet over BPM, maar over de ervaringen van Community Building.

FRITS BUSSEMAKER

Just do it!

Waarom maar één keer per jaar op een congres bij elkaar komen om over BPM te spreken? Waarom niet een aantal keren per jaar bij elkaar komen? Gewoon een vijftal data in de agenda prikken en mensen uitnodigen. We hadden geen website, geen bankrekening, geen inschrijving bij de Kamer van Koophandel of statuten en ook nog geen enkele spreker. Het onderwerp BPM lééfde kennelijk en uit die eerste bijeenkomst hebben we onze volgende sprekers kunnen vinden. De les is: door gewoon tegen

elkaar uit te spreken dat we het BPM-Forum waren, waren we het ook. Die mindset bleek vele malen belangrijker te zijn dan welke formele structuur dan ook.

Verenigingsmindset

Voor een goede besturing is toch structuur gewenst. Daarom streven we naar een organisatie voor en door BPM-professionals en is bewust voor een verenigingsstructuur met leden gekozen. Een belangrijke mindset is ook te realiseren dat iedereen 'lid is van hetzelfde team'. Binnen de community zijn we allemaal BPM-professionals. Stimuleer ook een vrije dialoog, want de community krijgt pas waarde als in alle vrijheid kennis gedeeld kan worden. Het moet dan ook niet van invloed zijn dat we buiten de vereniging elkaars klant of concurrent zijn.

Vanuit deze mindset is het ook relatief gemakkelijk om goede sprekers te krijgen die voor een fles wijn hun verhaal willen vertellen. Er is ook bewust gestuurd om social events zoals een BBQ voor de leden te organiseren. De geregelde bezoekers gaan elkaar ook als leden van dezelfde community aanspreken.

Creëer geen ivoren toren

Kijk vooral naar buiten. Ga als community netwerken met andere communities, verenigingen en commerciële organisaties. Vorm allianties waar relevant, organiseer samen events. Zo wordt het onderwerp in een bredere context geplaatst en de toegang tot de achterban van de andere organisaties helpt uiteraard mee aan de naamsbekendheid.

Groei langzaam, maar met focus

Op een vrijdagmiddag kun je als bestuur gemakkelijk dagdromen van een professioneel gestuurde organisatie met internationale activiteiten, certificering en een brede keus aan diensten. Realiteit is echter dat dat zolderkamerwerk is. Groei daarom langzaam en wil niet meteen alle mogelijke diensten aanbieden. Toets ook of een dienst de leden wel bevalt. Met een goede focus op wat leden willen, bied je gedoseerd steeds nieuwe activiteiten. Het voordeel is dat je zo ook voor de oude leden continu iets nieuws aanbiedt.



Geef heldere guidelines over je positie

Inmiddels heeft het BPM-Forum waarde gekregen. We hebben een achterban van bijna 900 BPM-professionals en ruim 30 corporate leden. Ons wordt daarom geregeld om een 'endorsement' gevraagd door op te treden als programmacommissie of te spreken op externe events. Het is van belang je helder uit te spreken over welke regels je hierbij hanteert. Om onze positie van neutraal en onafhankelijk expertplatform te bewaken, gaan we uit van de volgende principes:

- Wees transparant: alle afspraken zijn openbaar en voor iedereen toegankelijk
- Wees democratisch: iedereen heeft dezelfde rechten en plichten en niemand wordt voorgetrokken
- Wees innovatief: laat ook nieuwkomers aan bod. Risico is dat er te veel gebruik gemaakt wordt van de 'usual suspects' waardoor het gevaar van stagnatie ontstaat.

Deze regels voorkomen dat commerciële belangen een negatieve invloed hebben op de community.

Tijd is de currency van een community

Lid worden van een community kost relatief weinig geld. Echter, de waarde als lid komt alleen tot uiting door deel te nemen aan de activiteiten van de community. Elk nieuw lid moet zichzelf de vraag stellen: kan ik wel tijd maken? Is het antwoord: te weinig, dan is ons advies vooral geen lid te worden.

Toon je 'staying power'

Een goede community opbouwen is langetermijnwerk, aangezien het om vertrouwen gaat. Dat geldt voor de leden, maar ook voor het aantrekken van sponsors. Sponsors gaan pas meedoen als je een aantal jaren op eigen benen gestaan hebt en een gezonde toekomst kunt tonen. Dit vraagt veel geduld.

Denk continu na over je bestaansrecht

Het BPM-Forum groeit nog steeds. Echter, we moeten beseffen dat we niet het eeuwige leven hebben. De belangstelling van de markt zal in de loop der tijd veranderen en mogelijk dat BPM als onderwerp achterhaald zal worden. Bedenk dat een community van elektrische-schrijfmachinedbouwers geen grote toekomst meer heeft. Van belang is dus om continu de buitenwereld in de gaten te houden en te kijken of de community zich kan aanpassen aan de nieuwe vraag. Zo niet, hef dan jezelf op en leef vrolijk verder. Gelukkig voor het BPM-Forum is dat moment vermoedelijk nog ver weg. •

*Frits Bussemaker, Voorzitter/Oprichter BPM-Forum
Management Consultant Ordina, NLinfo@bpm-forum.org
Voor meer informatie zie: www.bpm-forum.org*