

Communiceren

In zes stappen

Wie wil je bereiken?

Wie heb je voor ogen met je communicatieactie: doelgroep?

- De inwoners van een gemeente, bedrijven, vrijwilligers of jongeren?
- Verzamel zoveel mogelijk gegevens over je doelgroep.



Wat is je doel?

Welk effect wil je bereiken?

- Communicatie kost geld, energie en menskracht. Het is niet vrijblijvend: je wilt er iets voor terug. Beschrijf wanneer je actie geslaagd is. Doe dat zo concreet en meetbaar mogelijk.



Wat is je boodschap?

Wat ga je communiceren?

- Als je de doelgroep straks vraagt de boodschap in één zin samen te vatten, wat wil je dan horen? Formuleer het antwoord voor jezelf.



Maak een planning

Hoeveel tijd, geld en menskracht zijn beschikbaar?

Als het om een groepsbijeenkomst gaat, kijk je o.a. naar de volgende zaken:

- Planning (maak een programma met tijden)
- Inhoud (Wie houdt een inleiding met uitleg en wat gaan deze vertellen? Hoe ga je om met 'gevoelige' zaken?)
- Reacties (Wie beantwoordt vragen en reacties?)
- Zelf doen of uitbesteden? (huur je een goede spreker in?)

Hoe meet je de effecten?

Effect meten

- Meten is weten. Onderzoek is de basis voor effectieve communicatiebeslissingen. Evalueer daarom de effecten van je inspanningen. Komt de boodschap over bij de doelgroep? Wat kan anders of beter?

