



OPSTELLEN VAN EEN COMMUNICATIEPLAN

Een goede communicatie zorgt voor vertrouwen, waardering en een goed imago. Als ouders en leden op het juiste moment de juiste informatie krijgen, zorg je er als groep voor dat jullie een sterke relatie kunnen opbouwen. Die goede relaties zorgen er dan weer voor dat jullie een sterk imago krijgen, waardoor je gemakkelijker leden kan werven en beter kan werken aan positieve relaties met andere partners.

DOEL:

Deze methodiek helpt je op weg om de doelstelling, boodschap, informatiekanaal, doelgroep en timing van communicatie voor verschillende groepsactiviteiten op elkaar af te stemmen.

BENODIGDHEDEN:

- ingevulde jaarplanning
- meerdere blanco communicatieplannen voor een groepsactiviteit
- blanco overzicht voor alle communicatieplannen
- flappen en stiften

1. WAT? WIE? HOE?

Stel in groep een lijst op met:

Verschillende activiteiten:

Die haal je uit je jaarplanning, bv. ledenwerving, eetavond,...

Verschillende doelgroepen:

Bv. ouders, leden, leiding, oud-leiding, medewerkers, oudercomité, scholen, andere jeugdverenigingen, buurtbewoners,...

Verschillende kanalen:

Geschreven communicatiekanalen:

Bv. brieven, het groepsblad, een website, een kampboekje, uitnodigingen, flyers, affiches, een infoboekje,...

Persoonlijke communicatiekanalen:

Bv. vergaderingen, een ouderavond, een infoavond, persoonlijk contact, ouderbezoek,...

2. COMMUNICATIEPLAN PER GROEPSACTIVITEIT

De communicatieplannen voor groepsactiviteiten zijn werkdocumenten voor de werkgroepen.

Laat per groepsactiviteit (kamp, fuif, ledenwerving,...) de werkgroep een concreet communicatieplan uitwerken, aan de hand van praktische vragen.

Noteer van augustus tot juli wat, naar wie en hoe jullie willen communiceren en voorzie verschillende tussenstappen.

Wat?

Wat is de boodschap in deze communicatie, welke informatie moet er zeker gegeven worden?

De klassiekers: wie, wat, waar, wanneer en waarom van de activiteit

Wie?

Voor wie is dit? Welke doelgroep wil je bereiken?

Van wie komt dit? Wie is de contactpersoon voor extra vragen?

Hoe?

Hoe ga je communiceren? Welke kanalen (zowel geschreven als persoonlijke) ga je gebruiken?

Wanneer?

Wanneer ga je communiceren? Bv. de datum in het eerste groepsblad, een persoonlijke uitnodiging zes weken voor de activiteit, een herinnering twee weken vooraf,...

Waarom?

Wat verwacht je van dit bericht? Bv. ouders moeten zich inschrijven, het is informatief,...

Groepsactiviteit: bv. ledenwerving

- In september gaan we langs bij scholen om ons persoonlijk voor te stellen, we nemen ook een flyer mee waarin we onszelf op een leuke, kindvriendelijke manier voorstellen aan de mogelijke leden en waarin we ouders duidelijke informatie geven over contactpersonen, locatie en kennismakingsdata.
- We vragen op de jeugddienst naar mogelijke activiteiten in onze gemeente waarop we onszelf op een leuke manier kunnen tonen en ook kinderen uit de buurt onze werking leren kennen. Bv. de kerstmarkt, een jaarmarkt, de dag van de jeugdbeweging,...
- In juni gaan we nog eens terug naar de scholen om al een flyer uit te delen aan de kleuters die volgend jaar naar het eerste leerjaar gaan.

Mogelijke problemen of valkuilen

Heb je in het verleden al problemen gehad met je communicatie? Waar denk je dat er mogelijke problemen kunnen optreden en kan je die voorkomen? Bereik je altijd en overal het juiste publiek? Is de informatie op tijd en is ze duidelijk genoeg? Heb je duidelijk gemaakt wie de contactpersonen zijn voor extra informatie?

3. OVERZICHT VOOR ALLE COMMUNICATIEPLANNEN

Met het overzicht voor alle communicatieplannen kan je als groepsleiding alles gemakkelijk opvolgen.

Neem de ingevulde jaarplanning, de communicatieplannen van de verschillende groepsactiviteiten en het blanco overzicht voor communicatieplannen bij de hand.

Schrijf op het overzicht per activiteit wat jullie willen communiceren en naar wie.

Praktisch

- Hebben jullie aan de begroting gedacht?

Probeer in te schatten hoeveel alles gaat kosten en bekijk of dat haalbaar is.

- Wie is de verantwoordelijke?

Bekijk je per onderdeel wie verantwoordelijk is? Vraag je één communicatieverantwoordelijke of een werkgroep communicatie?

- Bekijk in het overzicht of je communicatieplan evenwichtig is.

Bereik je alle doelgroepen? Worden ouders niet bestookt met informatie in één periode?

Is het haalbaar om met de leidingsploeg alles rond te krijgen?

- Zorg voor een eenduidige lijn in je communicatie.

Maak een logo van jouw scouts- en gidsengroep, dat op elke productie kan terugkomen. Gebruik een vaste hoofding voor brieven. Zorg voor een duidelijke structuur in je groepsblad en een herkenbare lay-out. Gebruik voor elk informatiekanaal de juiste stijl: informatieve brieven mogen wat klassieker, de uitnodiging van een eetavond hoort in een vrolijk thema, de website moet krachtig en in een oogopslag leesbaar zijn.

- Pers en media

Als je als groep actief wil optreden in media, zend dan ongeveer een week vooraf een persbericht of uitnodiging voor het initiatief. Gegevens van regionale redacties en journalisten vind je online. Lever een korte tekst die de vijf klassiekers bondig weergeeft: wie, wat, waar, wanneer, waarom. Neem ongeveer 24 uur voor het initiatief persoonlijk contact op met een of meerdere bronnen. Zorg voor één aanspreekpunt dat effectief beschikbaar is als woordvoerder.