

Het opstellen van een communicatieplan

Goede communicatie is essentieel voor het slagen van een project, een communicatieplan zorgt voor structuur.

Planning

Effectieve communicatie staat of valt bij een goede planning. Een planning kan op verschillende manieren worden gemaakt, zolang er maar structuur in zit.

Wat wil je communiceren ?

Wat is je boodschap in het communicatieplan ? Als je doelgroep je boodschap in één zin moet samenvatten, wat wil je dan horen? Formuleer het antwoord voor jezelf. Verpak deze boodschap vervolgens zó dat de doelgroep er een voordeel voor zichzelf in ontdekt. Kijk hierbij vooral door de bril van je doelgroep.

Doelgroep analyse

Welke doelgroep heb je voor ogen bij een communicatieplan maken ? Als je vooraf een doelgroep analyse maakt, kan je maatwerk maken van je communicatie. Maak een doelgroep beschrijving met de belangrijkste kenmerken. Denk aan: geslacht, leeftijd, opleidingsniveau en inkomensgroep. Probeer verder een beeld te krijgen van de informatiebehoeften en mediagebruik.

Welke strategie is voor welke doelgroep geschikt ?

Er zijn vier basisstrategieën:

- Informeren (informatieverstrekking),
- Raadplegen (uitwisseling van ideeën en gedachten),
- Adviseren (beïnvloeding) en
- Meewerken en meebeslissen (samenwerken).

Wat wil je bereiken ?

Wat is de doelstelling van je communicatieplan? Een meetbare doelstelling maakt een communicatieplan minder vrijblijvend. Wanneer is een communicatieactie geslaagd?

In het algemeen zijn er drie soorten communicatiedoelen te onderscheiden:

- het veranderen van kennis (kennisoverdracht, rationele feiten en inzicht over het project)
- beïnvloeden van houding (beeldvorming, beoordeling en opinie over het onderwerp)
- aanzetten of voorkomen van gedrag (beïnvloeden van handelingen van betrokkenen zoals mee of tegenwerking).

De centrale vraag is dus "Wat willen we bereiken?" Moeten er bijvoorbeeld medewerkers overtuigd worden van de noodzaak van verandering of willen we bezwaren van medewerkers voorkomen?

Hoe bereik je je doelgroep ?

Via welk medium kan je je doelgroep efficiënt bereiken? Wanneer je de doelgroep, boodschap en doelstelling helder hebt geformuleerd in je communicatieplan, dan is het kiezen van de juiste middelen om te communiceren veelal niet meer zo moeilijk.

Hoe meet je de effecten ?

Metten is weten, gissen is missen. Onderzoek is de basis voor effectieve communicatiebeslissingen. Evalueer daarom regelmatig effecten van je communicatieplan. Dit hoeft niet per se complex of kostbaar te zijn. Via medewerkers, de statistieken van je websites, een telefonisch rondje of een korte vragenlijst kan je al veel informatie verzamelen om je communicatieplan te evalueren.

Communicatiematrix

Boodschap/informatie	Doelgroep	Communicatiemiddel