

Stap voor stap naar betere communicatie....fijn!

Ik heb al een doelgroep

- 1. Probleemverkenning in gesprek met je collega's
 - Wie is je doelgroep? Waarom?
 - Wat, waarom, wie, wanneer? Wat is er al gedaan?
 - Wat is het probleem? Waarom is het een probleem? Voor wie is het een probleem?
 - Welke partijen zijn belangrijk en wil je betrekken?
 - Waarom gaan ze doen wat jij wil dat ze gaan doen?

- 2. Verdiep je verder in je doelgroep middels de onswaterleefstijlvinder.nl.
 - Check middels de postcode welke groep prominent in de wijk(en) van jouw doelgroep zitten of bedenk wat voor type mens jouw doelgroep is volgens de leefstijlvinder.

- 3. Definieer het doelgedrag in 1 regel
 - Maak het zo concreet, afgebakend en meetbaar mogelijk.
Voorbeeld: Inwoners in wijk X halen tenminste 6 tegels uit de voortuin en planten er tenminste 1 struik voor terug.

- 4. Wat houdt gewenst gedrag tegen en wat stimuleert het juist?
 - Definieer eventuele barrières / weerstanden van de doelgroep, want hoe goed je boodschap ook is als mensen weerstand hebben komt de boodschap nooit aan.
 - Welke factoren stimuleren gewenst gedrag?

- 5. Opstellen communicatie(strategie) m.b.v. de leefstijlvinder toolkit.
 - Met welke middelen bereik je je doelgroep het beste? Wat wordt de boodschap (denk ook aan de barrières / stimulerende factoren, do's and don't's).



fijn.

De resultaten:

- 1. Uitkomst probleemverkenning:

- 2. Uitkomst leefstijlvindercheck:

- 3. Doelgedrag in 1 regel:

- 4. Wat houdt het gewenst gedrag in?:

Barrières:

Stimulerende factoren:

Hulp nodig bij de communicatiestrategie of het ontwikkelen van hulpmiddelen? Weet dat er voor de doelgroepen 'actief betrokkenen' en 'ver-van-mijn-bed een strategie ontwikkelt is met een merk genaamd 'fijn'. Meer info: z.o.z.

Stap voor stap naar betere communicatie....fijn!

Ik heb nog geen doelgroep gekozen

- 1. Bepaal je doelgedrag in 1 regel. Je wilt als gemeente bijvoorbeeld minder verstening alleen weet je nog niet exact waar.
- Maak het doel zo concreet, afgebakend en meetbaar mogelijk.
Voorbeeld: Inwoners in wijk X halen tenminste 6 tegels uit de voortuin en planten er tenminste 1 struik voor terug.

- 2. Check welke doelgroep(en) in jouw gemeente / wijk dominant is / zijn volgens de onswaterleefstijlvinder.nl.

- 3. Weet dat we als Regio Noordoost Brabant de focus leggen op de doelgroepen ‘actief betrokkenen’ en ‘ver-van-mijn-bed’ doelgroepen. Hiervoor is een communicatiestrategie geschreven en het merk ‘fijn.’ gelanceerd.

> Ga je je richten op deze twee doelgroepen dan kun je gebruik maken van ‘fijn.’
> Heb je een andere doelgroepkeuze laat het ons weten dan weten wij of we andere campagnes/middelen moeten bedenken.

Informatie over ‘fijn.’? Sparren? Andere doelgroepkeuze?

Inge Jansen > welkom@marketinge.nl > 06-29034219



Resultaten:

- 1. Doelgedrag in 1 regel:

- 2. Dominante leefstijlgroepen: