

Communicatieplan

Doelgroepen en context bepalen

Wie wil je bereiken: welke doelgroepen onderscheid je, wat zijn de kenmerken, wat weet, wil, vindt en kan de doelgroep, wat is de belangrijkste doelgroep voor jou? Verder moet je weten of er bijzonderheden zijn waar je rekening mee moet houden.

Doelstellingen bepalen

Bepaal per doelgroep de doelstelling die je wilt bereiken (weten, willen, vinden, doen, kunnen). Deze doelstelling moet specifiek, meetbaar, actiegericht, realistisch en tijdgebonden zijn.

Boodschap

Wat wil je communiceren aan welke doelgroep? De achtergrond van de doelgroepen is anders: voorkennis, houding, opleidingsniveau, enz.

Middelen/media

Welke middelen/media ga je inschakelen om de boodschap aan de doelgroep te communiceren? Als ze veel van elkaar verschillen, selecteer je per doelgroep de beste middelen. Denk aan website, sociale media, folders, advertenties en beurzen.

Planning

In welke volgorde zet je welke middelen in of bouw je je boodschap op?

Organisatie

Wie doet wat wanneer?

Financiën

Wat kost wie en wat? Van welk budget wordt het betaald? Denk ook aan aanmaakkosten van advertenties e.d., rechten op foto's, inschakeling van bureaus en de post onvoorzien (5-10% van het totaalbudget).

Monitoring

Stel tussentijdse meetpunten in, zodat je tijdig bij kunt stellen.

Evaluatie

Heb je de doelstellingen gehaald? Wat ging er goed? Wat ging er minder? Door dit inzichtelijk te maken, kun je in de toekomst een (nog) beter communicatieplan maken.