

Communicatie-aanpak A4tje ID Contact

Dit A4tje behandelt kort en krachtig het plan van communicatieaanpak voor ID Contact. De basis voor dit plan van aanpak zijn het in teamverband ontwikkelde strategische A4tje (Communicatiekern) en een vertaalslag van de uitkomsten van het gezamenlijk ingevulde Strategische Communicatie Frame. Prioritering vond plaats n.a.v. de aangescherpte communicatie-ambitie van de pilot, de korte nog resterende pilotlooptijd en de beperkte beschikbaarheid van capaciteit en middelen.

Visie communicatie

Centraal staan: "Bij ID Contact staat de dienstverlening aan klant centraal" en "ID Contact is op betrouwbare wijze persoonsgebonden gegevens uitwisselen".

Communicatiestijl

- Tone of voice: zakelijke (corporate), maar informele (jij) tone of voice.
- Content: informerend en feitelijk, actueel, relevant en kloppend; waar nodig/gewenst enthousiasmerend.
- Look & Feel: zakelijk, clean en overzichtelijk; ID Contact beeld/stijlkenmerken (nog te ontwikkelen).
- Uitwerking: kort en krachtig, toegankelijk (B2, idealiter B1-niveau) en visueel waar mogelijk.
- Afzender = ID Contact.

Stakeholders/doelgroep

- Primair: belangstellende ontwikkelaars en dienstverleners (afnemen, door ontwikkelen en bijdragen); deelnemende inwoners (test/onderzoek); opdrachtgevers ID Contact.
- Secundair: algemeen belangstellenden.

Ambitie/doelstellingen communicatie

Communicatie draagt bij aan de bekendheid van en actieve belangstelling voor de pilot ID Contact én de deelprojecten ID Chat, ID Bellen en ID Videocontact.

Media/middelen (selectie uit vertaaldocument)

| | Bereik/bekendheid | Beeldvorming | Belangstelling | Overige |
|---|--|---|--|---|
| Corporate intranet <u>Beheer</u> : iedereen; Team Nb. Communicatie levert alleen basistekst. | Maandelijks publiceren van korte updates en nieuwtjes (in de juiste intranetgroepen: innovatie, dienstverlening, onderzoek, ICT e.d.). | Gebruik van campagne-beeldmateriaal. Verwijzen naar pilotwebsite. | Inspirerende content met call 2 action om informatie in te winnen, te delen of op andere wijze bij te dragen. Oproep om te reageren; stimuleren dialoog/discussie. | Korte samenvattende publicaties, verwijzen naar pilotwebsite voor meer/vervolg. |
| Pilotwebsite | Goed vindbaar op de voor ID Contact belangrijkste zoek-/ | Duidelijke en herkenbare eerste indruk ID Contact bij | Inspirerende content met call 2 action om informatie in te | Goede, actuele en correctie informatievoorziening. |

| | | | | |
|---|---|--|---|--|
| <p><u>Beheer</u>: Team Communicatie of projectpartner (afhankelijk van gekozen koers/systeem/cms). Nb. Kerngroep levert tekst, TC doet eindredactie.</p> | <p>kernwoorden (SEO). Opnemen van url in alle communicatie-acties/ middelen.</p> | <p>bezoek homepage. Alle info (op prioriteit) goed vindbaar. Duidelijke en toegankelijke uitleg werking/proces en effect van ID Contact, ID Bellen, ID Chat en ID Video.</p> | <p>winnen, te delen of op andere wijze bij te dragen. Uitnodigen om contact op te nemen met ID Contact.</p> | <p>Mogelijkheid om snel en eenvoudig contact op te nemen.</p> |
| <p>Persoonlijke social media <u>Op eigen initiatief c.q. op vrijwillige basis</u></p> | <p>Delen of zelf publiceren van updates en nieuwtjes.</p> | <p>Toevoegen eigen context/motivatie. Verwijzen naar pilotwebsite.</p> | <p>Desgewenst oproep om te reageren; dialoog/discussie.</p> | <p>Opnemen project/pilot ID Contact & functie/rol in LinkedIn profiel. Naast tijdlijn-publicaties ook inhoudelijke teksten/berichten publiceren in voor ID Contact relevante social media communities.</p> |
| <p>Publicaties <u>Beheer</u>: iedereen Nb. Kerngroep levert contact & tekst, TC doet eindredactie en coördineert publicatie.</p> | <p>Via netwerk of aan de hand van bestaande publicaties in (online) media stimuleren van aandacht. Organiseren (semi-openbare) Stand Up, bijvorb. online webinar (uitbesteden!)</p> | <p>Gebruik van campagne-beeldmateriaal. Verwijzen naar pilotwebsite. Webinar: introductie en uitleg visie/ambitie en werkwijze.</p> | <p>Inspirerende content met call 2 action om informatie in te winnen, te delen of op andere wijze bij te dragen. Snel in contact kunnen komen met de juiste projectleden. Webinar: delen en toelichten wapen-feiten en learnings. Uitnodigen meedenken/meedoen.</p> | <p>Webinar: 1x tussentijdse Stand Up (successen/wapenfeiten); 1x resultaat en evaluatie, hoe nu verder?</p> |
| <p>Toolbox <u>Beheer</u>: Team Communicatie</p> | <ul style="list-style-type: none"> Fotografie en grafisch (uitbesteden!) - herkenbaar en toegankelijk (gemeente, dienstverlening, innovatie en identificatie. Bellen, Chat en Videocontact). Sjablonen (uitbesteden!) - 1x Powerpoint en 1x Word/tekstdocument) <u>Eventueel</u>: animatie (uitbesteden!) - als onderdeel van evaluatierapport visuele uitleg over samenwerking, reden, werking en nut van ID Contact (bellen, chat en video). Evaluatierapport (uitbesteden!) - PM (Nb. Kerngroep levert content & tekst, TC coördineert eindredactie/opmaak/levering) | | | |
| <p>Netwerk <u>Op eigen initiatief</u></p> | <p>Met passende regelmaat de juiste mensen voorzien van updates en nieuwtjes. Aandacht schenken aan ID Contact in (fysieke en virtuele) bijeenkomsten.</p> | <p>Opnemen campagne-beeldmateriaal. Verwijzen naar pilotwebsite.</p> | <p>Inspirerende content met call 2 action om informatie in te winnen, te delen of op andere wijze bij te dragen. Oproep om te reageren.</p> | <p>Opnemen project/pilot ID Contact & functie/rol in LinkedIn profiel.</p> |