

## Communicatie-aanpak A4tje ID Contact, Fase 1 & Fase 2

- Datum: 16 april 2021
- Auteur: [REDACTED]

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 (april 2021) communicatie-ambitie van de pilot, de nog resterende pilotlooptijd en de beschikbare 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 tone of voice.

Niet	Wel
<i>Wij maken u erop attent dat...</i>	<i>Wij attenderen je erop dat...</i>
<i>Voor eventuele vragen neemt u contact met ons op via...</i>	<i>Bij vragen bereik je ons het beste via...</i>

- Content: informerend en feitelijk, actueel, relevant en kloppend; waar nodig/gewenst enthousiasmerend.
- Look & Feel: zakelijk, clean en overzichtelijk; conform (nog te ontwikkelen) *ID Contact stijlboek*.
- Uitwerking: kort en krachtig, toegankelijk (B2, idealiter B1-niveau) en visueel waar mogelijk.
- Afzender = ID Contact (als pilot); desgewenst voor 'product' de te introduceren naam herijken (in overleg met TC en Stuurgroep)

### Betrokken collega's & rollen

[REDACTED]	Sr Communicatie/regie, strategie & bewaking	[REDACTED]	Op projectniveau input n.a.v. review
[REDACTED]	Communicatie/tactisch, coördinatie & uitvoering	Kerngroep	Op themaniveau input n.a.v. review/actualiteiten
[REDACTED]	UX Specialisme/mede-coördinatie flows & website	[REDACTED]	Bewaker koers/intermediair met Stuurgroep

### Stakeholders/doelgroep

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

## Ambities/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.
- Communicatie draagt bij aan het *verbinden* van vraag (belangstellenden) en aanbod (projectteam/leveranciers) en waar mogelijk vraag/aanbod onderling.
- Communicatie draagt bij aan het *stimuleren* van deelname en in gebruik name van ID Contact (of 'product')

## Periode/capaciteit (idealiter/indicatief)

	Fase 1		Fase 2	
	Jan - Feb Startfase (uur p/wk)	Mrt - Mei Uitvoering/transitie (uur p/wk)	Jun Evaluatie/rapport (uur p/wk)	Juli (- PM) Follow-Up (uur p/wk)
<i>Strategisch (ST)</i> (A4, SCF, PvA, advies e.d.)	Regie/trekker (2) Overkoepelend (4) Extern/Pers & politiek (3) Intern/Participatie (3)	Regie/trekker/bewaker (1) Overkoepelend (2) Extern/Pers & politiek (4) Intern/Participatie (1)	Regie/trekker/bewaker (1) Overkoepelend (2) Extern/Pers & politiek (4) Intern/Participatie (1)	Regie/trekker/bewaker (2) Overkoepelend (0) Extern/Pers & politiek (4) Intern/Participatie (1)
<i>Tactisch/coördinerend (TC.)</i> (Controle, eindredactie e.d.)	Overkoepelend (2) Lokaal (3 gem. x 1)	Overkoepelend (3) Lokaal (3 gem. x 1)	Overkoepelend (2) Lokaal (3 gem. x 1)	Overkoepelend (2) Lokaal (3 gem. x 1)
<i>Specialisme (SP)</i> (B1, UX, werving e.d.)	Overkoepelend (1) Project/proces (0)	Overkoepelend (3) Project/proces (3)	Overkoepelend (0) Project/proces (2)	Overkoepelend (1) Project/proces (0)
<i>Productie/beheer (PB)</i> (Tekst, beeld, media e.d.)	Overkoepelend (6) Lokaal (3 gem. x 2)	Overkoepelend (6) Lokaal (3 gem. x 2)	Overkoepelend (6) Lokaal (3 gem. x 2)	Overkoepelend (4) Lokaal (3 gem. x 1)
<b>Indicatie totaal uren p/wk</b>	ST (12) + TC (5) + SP (1) + PB (12) = <b>30 uur p/wk</b>	ST (8) + TC (7) + SP (6) + PB (12) = <b>33 uur p/wk</b>	ST (8) + TC (5) + SP (2) + PB (12) = <b>27 uur p/wk</b>	ST (7) + TC (5) + SP (1) + PB (7) = <b>20 uur p/wk</b>

## Media/middelen (selectie uit vertaaldocument)

	Bereik/bekendheid	Beeldvorming	Belangstelling	Overige
Corporate intranet <u>Beheer</u> : iedereen; Team Nb. Communicatie levert alleen basistekst. • <b>Fase 1 &amp; 2</b>	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. Goede, actuele en correctie informatievoorziening.

<b>IDContact.nl</b> <u>Beheer:</u> Team Communicatie of projectpartner (afhankelijk van gekozen koers/systeem/cms). <b>Nb.</b> Kerngroep levert tekst, TC doet eindredactie. <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Fase: continu</b></li> </ul>	Goed vindbaar op de voor ID Contact belangrijkste zoek-/ kernwoorden (SEO). Opnemen van url in alle communicatie-acties/middelen.	Duidelijke en herkenbare eerste indruk ID Contact bij 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 > afzender: deelnemende organisaties.	Inspirerende content met call 2 action om informatie in te winnen, te delen of op andere wijze bij te dragen. Uitnodigen om contact op te nemen met ID Contact.	Goede, actuele en correctie informatievoorziening. Mogelijkheid om snel en eenvoudig contact op te nemen.
<b>VIMEO/YouTube ID Contact</b> <u>Beheer:</u> Team Communicatie. <b>Nb. Vooral beeld/videobank;</b> TC coördineert producties video's of Kerngroep/partners leveren materiaal aan. <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Fase: continu</b></li> </ul>	Goed vindbaar op ID Contact en ID Bellen (op termijn ook ID Chat en ID Videocontact (SEO).	Duidelijke en herkenbare eerste indruk ID Contact bij bezoek homepage. Algemene info goed vindbaar. > afzender: ID Contact (of 'product').	Inspirerende videocontent met mogelijkheid om website ID Contact te bezoeken.	Goede, actuele en correctie informatievoorziening.
<b>Persoonlijke social media</b> <u>Op eigen initiatief c.q. op vrijwillige basis</u> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Fase: continu</b></li> </ul>	Delen of zelf publiceren van updates en nieuwtjes.	Toevoegen eigen context/motivatie. Verwijzen naar pilotwebsite.	Desgewenst oproep om te reageren; dialoog/discussie.	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.
<b>Corporate website &amp; socials</b> <u>Beheer:</u> Lokale redactie. <b>Nb.</b> TC levert tekst. <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Fase: continu</b></li> </ul>	Delen of zelf publiceren van updates en nieuwtjes.	Toevoegen eigen context/motivatie. Verwijzen naar pilotwebsite.	Desgewenst oproep om te reageren; dialoog/discussie.	Goede, actuele en correctie informatievoorziening.
<b>Publicaties</b> <u>Beheer:</u> iedereen <b>Nb.</b> Kerngroep levert contact & tekst, TC doet eindredactie en begeleidt de publicatie.	Via netwerk of aan de hand van bestaande publicaties in (online) media stimuleren van aandacht.	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. Snel in	Goede, actuele en correctie informatievoorziening.

<ul style="list-style-type: none"> <li>Fase: continu</li> </ul>			contact kunnen komen met de juiste projectleden.	
<b>Events</b> <u>Beheer:</u> Team Communicatie <ul style="list-style-type: none"> <li>Fase 2</li> </ul>	Organiseren (semiopenbare) Stand Up/online webinar ( <b>uitbesteden!</b> )	Gebruik van campagne-beeldmateriaal. Verwijzen naar pilotwebsite. Introductie en uitleg visie/ambitie en werkwijze.	Delen en toelichten wapen-feiten en learnings. Uitnodigen meedenken/meedoen.	1x tussentijdse Stand Up (successen/wapenfeiten); 1x resultaat en evaluatie, hoe nu verder?
<b>Toolbox</b> <u>Beheer:</u> Team Communicatie <ul style="list-style-type: none"> <li>Fase 1 &amp; 2</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grafisch (<b>uitbesteden!</b>) - herkenbaar en toegankelijk (gemeente, dienstverlening, innovatie en identificatie. Bellen, Chat en Videocontact).</li> <li>Fotografie (<b>uitbesteden!</b>) - herkenbaar en toegankelijk (gemeente, dienstverlening, innovatie en identificatie. Bellen, Chat en Videocontact); de mens centraal &amp; inclusive!</li> <li>Sjablonen (<b>uitbesteden!</b>) - 1x PowerPoint en 1x Word/tekstdocument)</li> <li><u>Eventueel</u>: animatie en/of infographic (<b>uitbesteden!</b>) - als onderdeel van evaluatierapport visuele uitleg reden, werking en nut van ID Contact (bellen, chat en video) &gt; afzender: deelnemende organisaties</li> <li>Demo's werking product (Tweede Golf/UX) - visuele uitleg werking van ID Contact (bellen, chat en video) &gt; afzender: ID Contact (of 'product').</li> <li>Evaluatierapport (<b>uitbesteden!</b>) - PM (Nb. Kerngroep levert content &amp; tekst, TC coördineert eindredactie/opmaak/levering)</li> </ul>			
<b>Netwerk</b> <u>Op eigen initiatief</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>Fase: continu</li> </ul>	Met passende regelmaat de juiste mensen voorzien van updates en nieuwtjes. Aandacht schenken aan ID Contact in (fysieke en virtuele) bijeenkomsten.	Opnemen 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.	Opnemen project/pilot ID Contact & functie/rol in LinkedIn profiel.