|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 28/09 | Eerste opzet deelplan van aanpak | xx |
| 28/09 | Op- en aanmerkingen | xx |
| 30/09 | Op- en aanmerkingen | xx |
| 30/09 | Bijgewerkt | xx |
|  |  |  |

\*\*\*

# Deelplan van aanpak

* In dit document staar kort en krachtig beschreven wat we wanneer en waar willen doen qua communicatie-inzet rondom de eindfase van ID Bellen. *NB: dit betreft een eerste grove aanzet; planning en keuze media/middelen zijn bespreekbaar.*

## Wat willen we met de communicatie in deze eindfase bewerkstellingen?

* Algemeen – Bekendheid ID Bellen project, resultaten en samenwerking partners; reputatie/imago
* Specifiek 1 – Inspiratie en aanvullende informatiebehoefte bij belangstellenden (contactmomenten)

Opmerking xxx: dit is inderdaad goed! een brochure om te prikkelen, met een uitnodiging om verder te praten / informeren over dit onderwerp

Opmerking xxxx: brochure is nu als optie (in combinatie met factsheet) meegenomen bij presentatiemateriaal

* Specifiek 2 - springplank en katalysator voor ID Contact

Opmerking xxx: incl. lessons learned meegeven, tips & risico's

Opmerking xxx: Opgenomen onder wat we willen delen

* Idealiter – Spin-off demo's, projecten en partnerships

## Op wie richten wij ons met de communicatie in deze eindfase?

1. Extern: belangstellenden ID Bellen én thema 'innovatie/doorontwikkeling klantencontact en dienstverlening'
   1. Primair: gemeente/overheid/samenwerkingen; extra focus programmamanagers en portefeuillehouders gemeente/overheid.
   2. Secundair: dienstverlenende sector, dat met IRMA werkt/wil werken

Opmerking xxx: Opgenomen onder wat we willen delen

* 1. Tertiair: algemeen op thema's dienstverlening, klantcontact, innovatie, ICT, privacy, security e.d.

1. Intern: betrokkenen en belangstellenden ID Bellen
   1. Primair: deelnemende collega's en bewoners; management en bestuur
   2. Secundair: belangstellende collega's thema 'innovatie/doorontwikkeling klantencontact en dienstverlening'
   3. Tertiair: algemeen op thema's dienstverlening, klantcontact, innovatie, ICT, privacy, security e.d.

## Wat willen we in deze eindfase via communicatie delen?

* Momentum/mijlpaal (project ID Bellen)
* Kern visie, ambitie, introductie en plan van aanpak (project ID Bellen)

Opmerking xxxx: ook 'Wat is ID bellen', die stap lijkt vanzelfsprekend, maar dat stukje willen we wel opnemen in het rapport

* Resultaten onderzoek, waaronder lessons learned, tips & risico's e.d. (project ID Bellen)
* Ervaringen proces en events (thema's ID Bellen)
* Learnings proces en events (thema's ID Bellen)
* Vertaalslag naar vervolg (project ID Contact)

## Wat zijn de hoofdthema's?

* Innovatie/doorontwikkeling dienstverlening
* Klantperspectief/UX
* Dienstverleningsperspectief/KCC
* Privacy
* Security
* Samen organiseren
* Omnichannel

Communicatiemix

1. Periode
2. Kanaal
3. Content
4. Ontvanger (zie doelgroep)
5. Doel

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Wk 43 | Intranet | Artikel: update & primeur | 2AB(C) | Informatie, inspiratie, interne roering/activatie. |
| Wk 44 | E-mail MT partners (summary rapport)  ***NB****: In te zetten door MT, Bestuur en ID Bellen projectleden.* | Update & primeur | 1&2A | Informatie/inspiratie, personal roering/activatie. |
| Wk 44 | Website | Artikel: update & conclusies | 1&2ABC | Informatie/inspiratie, contact |
| Wk 44 | Social media\* (owned) | Post + verwijzing website; basis-tekst tbv delen | 1&2ABC | Informatie/inspiratie, activatie/ contact |
| Wk 44 | Social media (earned) | Attenderen | - | Bereik |
| Wk 45 | Themasites\*\* | Interview GS, WT, CIO | 1ABC | Informatie/inspiratie, activatie/ contact |
| *Vanaf*  Wk 45 | ***NB****: Eigen initiatief!*  O.a. gastoptredens projectteamleden ID Bellen & Contact | Content\*\*\*  t.b.v. Interviews,  presentaties, demo’s e.d. | - | Informatie/inspiratie, activatie/ contact |

|  |  |
| --- | --- |
| \* | *Linkedin en Twitter (corporate & delen individuen)* |
| \*\* | *Binnenlands Bestuur en eOverheid (o.v.v. belangstelling)* |
| \*\*\* | *Bestaande kernteksten en animatie; desgewenst te ontwikkelen brochure/factsheet, basisslides presentatie.* |

Periode

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Week 40 | 41 | 42 | 43 | 44 |
| Opzet  Planning  Inzet  Inventariseren | Verwerken | Bespreken | Verwerken  Aanscherpen | Def |

## Middelen/content

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Wat | Wie | Wanneer |
| Basistekst intranet (finetuning per gemeente/partner) | Xxxx /xxxxx | wk 43 |
| Summary Rapport MT | Xxxx /xxxxx | wk 42/43 |
| Basistekst begeleidende e-mail MT | Xxxx /xxxxx | wk 43/44 |
| Basistekst artikel website (corporate) | Xxxx /xxxxx | wk 44 |
| Basistekstjes LinkedIn en Twitter + basistekst delen | Xxxx /xxxxx | wk 44 |
| Briefing interview GS, WT en CIO | Kernteam/xxxxx | wk 44 |
| Presentatiemateriaal | xxxxxxxx/xxxxxx/PM (Nijmegen?) | PM |

## Investering/Budget

* Tot nu toe geen
* Nb. stuurteam besloot geen geld te steken in betaalde redactionele aandacht (advertorials)

Opmerking xxx: wat bedoel je hiermee?

BIjlage

Interview

Interview 2x themamedium met CIO (Drechtsteden), GS (Arnhem) en WT (Nijmegen); idealiter samen, desgewenst los van elkaar.

Insteek interview is dat we samenwerken aan een goede en innovatieve oplossing voor een breed probleem op een maatschappelijk thema; in dit geval in relatie tot gemeentelijke dienstverlening. Dat we eventueel onderzoeksresultaten ID Bellen hebben, is een mooie plus, maar niet de kern van het verhaal.

De kern van het verhaal:

* Breed probleem 'persoonlijke authenticatie is niet mogelijk anders dan via DigiD of aan de balie';
* Dit pakken we op via Samen Organiseren en via de principes: schaalbaarheid, open source, privacy by design met de inwoner centraal;
* Niet vanuit een verdienmodel, maar vanuit de klant/inwoner;
* We experimenteren met en testen een echte gamechanger, zeker op het gebied van innovatie (gemeentelijke) dienstverlening;
* Mooie kansen in het vooruitzicht voor doorvertaling naar 'omnichannel' (ID Contact).

Na afstemming met desbetreffende bestuurscommunicatieadviseurs/woordvoerders leggen xxxx, xxxxxx en xxxxx contact met de gekozen media;

De bestuurscommunicatieadviseurs/woordvoerders begeleiden de interviews met hun bestuurders;

Het kernteam wijst vertegenwoordiger aan en regelt inhoudelijke input; Communicatie ID Bellen ontwikkelt i.s.m. kernteam en bestuurscommunicatieadviseurs/ woordvoerders de briefing voor

PM