

## Uitleg

# COMMUNICATIEPLAN VOOR VVE'S

## Inhoud

Wat is een communicatieplan? .....	1
Wat is de meerwaarde van een communicatieplan? .....	1
Wat moet er in een communicatieplan staan? .....	2
Doel .....	2
Doelgroep en doelgroepinzichten .....	2
Boodschap .....	2
Communicatiemiddelen .....	3
Wat zijn communicatiemiddelen? .....	3
Meerdere keren vertellen.....	3
Hoe vertel je je verhaal?.....	3
Planning.....	3
Tips .....	4

## Wat is een communicatieplan?

Met een communicatieplan leg je van tevoren vast wat je wilt vertellen, aan wie je dat wilt vertellen, hoe en wanneer je dat wilt vertellen. Door even de tijd te nemen om hierover na te denken, zul je zien dat later in het project tijd wint en dat jouw doordachte manier van informeren je medebewoners voor je zal winnen.

## Wat is de meerwaarde van een communicatieplan?

Er wordt weleens gezegd dat projecten binnen VvE's 90% emotie zijn en maar 10% techniek en geld. Door goed na te denken over hoe je mensen aanspreekt, waarover, op welke momenten en op welke manieren, zorg je dat je iedereen goed informeert en schep je vertrouwen bij je medebewoners.

## Wat moet er in een communicatieplan staan?

### Doel

Door vast te stellen welk doel je najaagt, geef je richting aan je communicatie. Een goed gedefinieerd doel helpt je om je boodschap helder te omschrijven.

Voorbeeld:

*Wij willen met onze VvE alle huidige ramen vervangen door HR++-glas.*

### Doelgroep en doelgroepinzichten

Door goed te kijken naar wie je doelgroep is, kun je bepalen op welke manier je met hen communiceert. Er zijn meerdere doelgroepen waar je mee te maken krijgt (bijvoorbeeld gemeente, energieadviseur of een aannemer), maar het meeste zul je met je burens communiceren.

Je kunt nadenken over onderstaande vragen:

- Wie ontvangt de informatie?
- Wat weet je over hen dat belangrijk is in de communicatie?  
Bijvoorbeeld hun favoriete manier van communiceren of de toon die het best valt.
- Wat moeten de verschillende doelgroepen weten?

Voorbeeld:

*We communiceren met burens in verschillende leeftijdscategorieën. Van de 50 bewoners zijn er 25 in de leeftijdscategorie 30 - 50 en 25 in de leeftijdscategorie 51- 75.*

*De eerste groep communiceert graag via Whatsapp en email, vindt het fijn om met 'je' aangesproken te worden en houdt van korte berichten. Verduurzaming is iets dat ze belangrijk vinden, maar ook geld besparen door een lagere energierekening. Hun grootste bezwaar tegen verduurzaming is dat ze het misschien niet kunnen betalen.*

*De tweede groep via email en persoonlijk, vindt het fijn om met 'u' aangesproken te worden en wil graag zoveel mogelijk informatie krijgen. Verduurzaming is iets dat ze niet zo belangrijk vinden, maar geld besparen door een lagere energierekening is wel interessant. Hun grootste bezwaar tegen verduurzaming is dat ze er de noodzaak niet van inzien.*

### Boodschap

Hoe vertel je je boodschap op zo'n manier dat het aanslaat bij de doelgroep?

Wanneer je je doel, je doelgroep(en) en je doelgroepinzichten samenbrengt, kun je de puzzel leggen van wat per doelgroep de beste boodschap is.

Voorbeeld:

*Je doelgroep is: bewoners die niet geïnteresseerd zijn in duurzaamheid, maar het wel vervelend vinden dat ze veel geluidsoverlast van de straat hebben. Daarnaast houden ze ook niet van hoge energierekeningen.*

*Dan wordt je boodschap:*

*Met HR++-glas hebben we minder geluidsoverlast, houden we meer warmte binnen en besparen we op de energierekening.*

## Communicatiemiddelen

Wat zijn communicatiemiddelen?

Om iedereen te bereiken zul je verschillende communicatiemiddelen in moeten zetten. Met communicatiemiddelen worden eigenlijk alle manieren bedoeld, die de boodschap over kunnen brengen. Hierbij kun je denken aan een whatsapp-groep, flyers of nieuwsbrieven. Maar ook persoonlijk contact, zoals op de koffie gaan en zo mensen informeren, kan een middel zijn om elkaar te bereiken. Vooraf een inventarisatie maken van welke middelen geliefd zijn onder je doelgroep is altijd een goed idee!

Meerdere keren vertellen

Het is belangrijk om dat wat je op een bepaald moment wilt vertellen, meerdere keren en op verschillende manieren te delen. Meld bijvoorbeeld een uitnodiging voor een informatiebijeenkomst niet alleen in de Whatsapp-groep, maar hang ook posters op en vermeld het in de nieuwsbrief. Zo weet je zeker dat jij er alles aan gedaan hebt om mensen op de hoogte te stellen van jouw plannen.

Hoe vertel je je verhaal?

Denk ook na over hoe je je verhaal vertelt. De manier waarop je informatie deelt in bijeenkomsten is een belangrijk onderdeel van je plan. Zo kan een combinatie van verschillende media (foto's, video's, tekst) je verhaal verduidelijken en zorgen dat iedereen de aandacht erbij houdt.

## Planning

Met een goede planning loop je nooit achter de feiten aan. Maak inzichtelijk wat je wanneer wilt vertellen. Bij een verduurzamingsproject zullen er meerdere momenten zijn waarin beslissingen genomen moeten worden. Het is zaak iedereen voldoende te informeren, zodat zij op het moment van stemmen nog steeds aangehaakt zijn en weten waarover ze een stem uitbrengen.

Het handigst is om een planning te maken in een excel-document. Hier kun je invullen wat je gaat doen, wie het uitvoert, aan wie de communicatie gericht is, welk(e) communicatiemiddel(en) je gaat gebruiken en wanneer het plaatsvindt.

Let op: een planning zal nooit zo verlopen als jij het in eerste instantie op papier hebt gezet. Als er iets afwijkt, zul je je planning aan moeten passen.

## Tips

1. Vind medestanders en richt een **duurzaamheidscommissie** op. Zo kun je niet alleen de werklast verdelen, maar blijf je elkaar ook inspireren. Met een commissie straal je professionaliteit en daadkracht uit naar de andere bewoners.
2. Denk van tevoren goed na over hoe je je medebewoners **gaat bereiken**: van nieuwsbrief tot flyers tot eigen app-groep. Probeer het liefst meerdere manieren, zodat je iedereen bereikt.
3. **Neem je medebewoners mee in het proces**. Maak ze eerst enthousiast door over de voordelen te vertellen. Doe pas in een later stadium een concreter voorstel. Zo kunnen zij aan het idee wennen.
4. **Wees ervan bewust dat veel mensen verduurzaming een moeilijk onderwerp vinden**. Leg daarom de voordelen duidelijk uit en gebruik hierbij makkelijke taal.
5. Als je een nieuwsbrief of belangrijk document gaat versturen of je hebt een presentatie voorbereid, vraag dan vooraf aan iemand om het te **proeflezen** om te kijken of alles duidelijk is. Kies het liefst iemand die nog niet zo bekend is met het onderwerp.
6. **Bereid bijeenkomsten zo goed mogelijk voor**. Zorg ervoor dat je zo goed op de hoogte bent van wat je wilt bereiken, hoe het werkt, wat het gaat kosten en wat het gaat opleveren. Als jij duidelijk antwoord kunt geven, neemt dat twijfels weg. Als je te veel detail nodig hebt of onzeker bent, kun je ook een expert uitnodigen. Let er wel op dat dit een onafhankelijke adviseur is die niets te maken heeft met de uiteindelijke besluitvorming.
7. **Luister goed naar de bezwaren van anderen en neem die serieus**. Vraag ook naar de wensen van de ander en kijk hoe die aansluiten bij wat je voor elkaar wilt krijgen. Bijvoorbeeld isoleren en geld besparen.
8. **Heb geduld**. Hou er rekening mee dat het even kan duren voordat iedereen 'om' is.
9. **Vier het succes** met een opleveringsfeest!