



# Communicatieplan

30 min

Het is tijd om jouw waardevolle idee te gaan delen met de wereld! Om te voorkomen dat er straks zes versies van jouw idee de ronde doen of alle advertenties gericht zijn op de verkeerde doelgroep, is het handig om na te denken over de communicatie. Welke boodschap vertel je aan welke doelgroep en hoe bereik je deze doelgroep?

## Waarvoor gebruik je deze tool?

Door strategisch na te denken over een communicatieplan kun je meer bereiken met jouw uitingen en kom je professioneler over.

## Hoe past het in het verhaal?

Nu het Zincubatortraject tot een eind is gekomen, is het tijd om jouw waardevolle idee écht te gaan delen met de doelgroep voor wie je het hebt gemaakt. Het communicatieplan helpt om de juiste boodschap over het waardevolle idee bij zoveel mogelijk mensen uit de beoogde doelgroep te krijgen!

## Tips:

- Veel kopjes zullen je misschien bekend voorkomen vanuit andere canvassen. Als je gebruik hebt gemaakt van andere canvassen, vul dan hier de conclusies in.
- Wanneer je verschillende doelgroepen hebt of verschillende doelen, kan het soms handig zijn om meerdere communicatie-canvassen te gebruiken. De analysefase en aanpakfase kun je dan weer gebruiken, om de nieuwe strategie in te vullen.



## Aan de slag

The screenshot shows a 'Communicatieplan' form with the following sections and steps:

- 1. DOEL:**
  - INTERNE** (highlighted in orange): Welke interne aspecten zijn van invloed? Denk aan: Mensen, organisatie, communicatie, nu, budget, zoveel mogelijk als mogelijk.
  - EXTERN** (highlighted in orange): Welke externe aspecten zijn van invloed? Denk aan: De omstandigheden op de markt, communicatiemiddelen, concurrentie, etc.
  - DOELSTELLING** (highlighted in orange): Wat wil je bereiken met de communicatie? Welke verandering wil je aandringen?  
**Kanalen:** Wat moet de doelgroep weten?  
**Headline:** Wat moet de doelgroep aan het product vinden?  
**Gedrag:** Wat moet de doelgroep doen?
- 2. AANPAK:**
  - DOELGROEP:** Wel doelen wil je bereiken met de communicatie? Wat wil je bereiken met de communicatie? In deze fase wil je je doelgroep waarschijnlijk kennisgeven van jouw product: wat moet ze écht weten?
  - TIJD EN PLANNING:** Wanneer en hoe vaak ga je communiceren?
- 3. MIDDEN:**
  - MIDDEN:** Door welke middelen kun je het bereiken? Denk aan online en offline middelen. Welke middelen kun je inzetten?
  - WIE?** Wie is de doelgroep?
- 4. STRATEGIE:**
  - STRATEGIE:** De wijze waarop jij informatie overgeeft aan je doelgroep en een sterke reputatie op te bouwen. Over hoe breng jij de boodschap naar de doelgroep? (highlighted in purple)
  - WANNEREER?** Tot wanneer wil je bezig met deze communicatie? En hoe vaak en wanneer communiceer je?
  - HOE?** Welke middelen kan je inzetten?
  - WIE?** Wie is de doelgroep?

**STAP 1:** Welke factoren hebben invloed op de communicatie? Denk aan interne factoren als: 'niemand heeft verstand van schrijven' of externe factoren: 'onze doelgroep leest geen nieuwsbrieven'.

**STAP 2:** Wat wil je bereiken met de communicatie? In deze fase wil je je doelgroep waarschijnlijk kennisgeven van jouw product: wat moet ze écht weten?

**STAP 3:** De aanpak kijkt overkoepelend naar de mogelijkheden die jij hebt voor communicatie. De boodschap die jij wilt vertellen aan de doelgroep: 'Kijk, hier ben ik en dit kan ik voor jou doen.' Maar de aanpak kijkt ook naar de mogelijke middelen als kanalen die jij kunt gebruiken of het budget of de tijd.

**STAP 4:** De strategie gaat over hoe jij de boodschap naar de doelgroep brengt. Maak het praktisch! Op welk stukje van de doelgroep focus je? Op welke plekken zijn zij te vinden, dus welke mogelijke middelen, uit stap 3, zet je hiervoor in? En hoeveel tijd ga je besteden aan het vertellen van jouw verhaal?

*Klaar om naar buiten te treden met de eerste communicatie? Tijd voor een campagne! In de 'Communicatiecampagne'-tool vind je handvatten om aan de slag te gaan met een eerste campagne volgens de stappen, See, Think, Do and Care. Hoe kun jij de doelgroep overtuigen van jouw idee?*



# Communicatieplan

*Het communiceren van jouw idee aan de doelgroep*

Project:

Datum:



## ANALYSE

Wat gebeurt er intern en extern dat invloed heeft op de communicatie?

### INTERN

Welke interne aspecten zijn van invloed? Denk aan: missie, organisatie, de communicatie nu, budget, zowel positief als negatief.

### EXTERN

Welke externe aspecten zijn van invloed? Denk aan: De ontwikkelingen op de markt, communicatietrends, concurrentie, etc.

## DOELSTELLING

Wat wil je bereiken met de communicatie? Welke verandering wil je aanbrengen?

**Kennis:** Wat moet de doelgroep weten?

**Houding:** Wat moet de doelgroep (van het product) vinden?

**Gedrag:** Wat moet de doelgroep doen?

## AANPAK

Wat doet jouw idee/bedrijf en voor wie?

### KERNBOODSCHAP

Welke boodschap wil je de doelgroep vertellen?

### TIJD EN PLANNING

Wanneer en hoe vaak ga je communiceren?

### MIDDELEN

Over welke middelen beschik je? Denk aan online en offline middelen.

### BUDGET

Wat is het budget en hoe ziet de verdeling van het budget eruit?

## STRATEGIE

De wijze waarop jij interacties aangaat om kostbare relaties en een sterke reputatie op te bouwen. Ofwel: hoe breng jij de boodschap naar de doelgroep?

### WAT?

Welke boodschap ga jij aan jouw doelgroep vertellen? Denk aan één doel dat je hebt opgeschreven.

### WANNEER?

Tot wanneer ben je bezig met deze communicatie? En hoe vaak en wanneer communiceer je?

### HOE?

Welke middelen kun je inzetten?

### WIE?

Wie is de doelgroep?