

Elke groep, elke boodschap en elk communicatiedoel vraagt om een eigen afweging. Stuur de juiste boodschap via het juiste medium naar de juiste mensen.



### 1 Met wie?

Wie zijn de verschillende groepen binnen en buiten de gemeente, waarmee je wilt communiceren?

Bijvoorbeeld:  
Direct betrokkenen: kerkleden, kerkgangers, doopleden, generaties in de kerk.  
Alle plaatsgenoten, anders of niet-gelovigen, politieke partijen, overheid, scholen.  
Interne organisatie: kerkenraadsleden, leden werkgroepen.

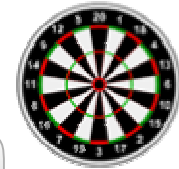
### 2 Waarover?



Over welke onderwerpen wil je met elk van die groepen communiceren?

Bijvoorbeeld:  
Over kerkdiensten, (missionaire)activiteiten, doop, catechese, beleidsplan, liturgie, leerhuis, concert, inzamelactie, vrijwilligerswerk, jeugdwerk.

### 3 Met welk doel?



Wat wil je met elke uiting in je communicatie bereiken? Wat moet het resultaat zijn?

Bijvoorbeeld:  
mensen informeren, inspireren, uitnodigen, oproepen, uitdagen, betrekken, stimuleren, onderwijzen, verbinden, actief maken, tot geloof brengen, helpen, steunen, etc.

## Communicatieplan: 3 vragen + 3 keuzen

### 4 Kies de frequentie

Bepaal hoe frequent er nieuwe berichten zijn (dagelijks, wekelijks, maandelijks, eenmalig?) Hoe vaak is een update nodig?



Bijvoorbeeld:  
Vast: adressen kerkgebouwen, tijden kerkdiensten, contactpersonen, informatie over de identiteit, praktische wegwijzer.  
Maandelijks: kerkdiensten en roosters, aankondiging activiteiten.  
Vaker: actueel nieuws uit de gemeente, verslag van activiteiten, oproep vrijwilligers.

### 5 Bepaal de interactie

Wil je alleen zenden? Of wil je ook reacties? Mag men vragen stellen? Wil je zelfs echt een dialoog aangaan? En ben je er enkel voor bekenden of ben je ook vindbaar voor onbekenden (google).



Bijvoorbeeld:  
a. Zenden - kijken, lezen  
b. Vragen - antwoorden, luisteren  
c. Dialoog - communiceren

### 6 Kies de beste vorm

Welk medium past het best bij de boodschap. Benut de antwoorden op stap 1 t/m 5?



Bijvoorbeeld:  
a. gemeentegidsje, kerkblad, zondagsbrief, prikbord in de kerk, persbericht lokale krant  
b. website, e-mail nieuwsbrief  
c. sociale media (twitter, facebook), informatie bijeenkomst.