

## Communicatieplan Wijkraad Noordoost

Periode 2019-2020

### Inleiding

De Wijkraad / oftewel wijkplatvorm is een non-profitorganisatie maar moet ook “reclame” voor zichzelf maken, het “merk” moet bekend zijn bij het publiek. In dit geval bestaat het publiek uit de inwoners van het werkgebied waarvoor we werken.

Denk hierbij aan de kracht van de herhaling. Continuïteit in het brengen van onze boodschap is essentieel. Een vaste column in de wijkkrant, een vast praatje voor de radio zijn ideale middelen. Dat zorgt voor herkenbaarheid. Successen vermelden is daarbij zeer aan te bevelen.

Actualiteit en inspelen op zaken die op dat moment in de wijk spelen is aantrekkelijk voor de lezer. Wat is de reactie van de Wijkraad op zaken die veel inwoners raken? Denk hierbij aan groen, afval, buslijn, verkeer. Hierbij is enige achtergrondinformatie meestal noodzakelijk. De kennis die de Wijkraad heeft is lang niet algemeen bekend, de Wijkraad moet ook functioneren als doorgever van informatie.

Het gezicht van de Wijkraad moet ook letterlijk worden genomen. Bij belangrijke gebeurtenissen, openingen, activiteiten zou altijd iemand namens de Wijkraad aanwezig moeten zijn. Dit hoeft zeker niet altijd de pr-functionaris te zijn! De Wijkraad moet goodwill kweken door het bezoeken van deze manifestaties

Hieronder benoem ik het doel van dit plan, hoe dit doel te bereiken, voorwaarden voor de PR-medewerker, en instanties in het werkgebied die tot het netwerken moeten behoren.

### Doel

In deze beginperiode is het zaak om de Wijkraad bij de inwoners op de kaart te zetten. Wie zijn we, waar zijn we mee bezig, wat willen we bereiken. Hierbij is het aan te raden om zoveel mogelijk successen te benoemen. De Gemeente is uiteraard ook een communicatiepartner, doorlopend zal met de gemeente contact worden onderhouden. In dit plan beperk ik me tot het benoemen van communicatiemogelijkheden om de inwoners te bereiken.

Tools zijn verdeeld over 2 onderdelen: wat nieuwe is en wat we eerder al geaccordeerd hebben. Er zal gestemd worden over de nieuwe onderdelen.

### Oude tools: deel 1

1. Maandelijkse digitale nieuwe nieuwsbrief en ingehuurd bedrijf die dit uitvoert
2. Webmaster die ingehuurd is om de website optimaal te houden en nieuwsberichten etc op te zetten
3. Onder het voetlicht brengen, aandacht geven aan bewoners acties
4. Zelf aan de slag gaan met Thema's die wijk breed zijn iom wijkbureau / college
- ~~1-5.~~ Contact zoeken met betrokken abtenaren en raadsleden
- ~~2-6.~~ Aandacht geven aan het zoeken van studenten / mensen met een etnische achtergrond / überhaupt 2 leen per buurt en extra lede werven
- ~~3-7.~~ Plaatste van een advertentie in bijvoorbeeld de Stadsblad tbv punt 6

Formatted: Numbered + Level: 1 + Numbering Style: 1, 2, 3, ... + Start at: 1 + Alignment: Left + Aligned at: 0,63 cm + Indent at: 1,27 cm

Er wordt gestemd op de volgende aanwijzingen – extra procedures

**Nieuwe tools: deel 2**

- Elk lid van de Wijkraad beschikt over een visitekaartje met contactgegevens, extra aantrekkelijk met fotootje.
- Werkgroepen en individuele leden van de Wijkraad voeden de pr-medewerker met informatie.
- Vertegenwoordigers van de werkgroepen binnen de Wijkraad treden naar buiten indien gewenst. Zij kunnen immers het beste vertellen over de resultaten die zij geboekt hebben. De pr-medewerker legt het contact en vergezelt deze vertegenwoordiger indien gewenst.

### **Taken van de pr-medewerker**

- Contacten leggen en onderhouden, netwerken
- Communicatie bevorderen
- De pr-medewerker assisteert de voorzitter en anderen (indien gewenst) bij het opstellen van teksten die “naar buiten” gaan. Dit kan zowel tekstueel als grammaticaal zijn. De pr-medewerker bepaalt niet de inhoud, maar giet de tekst in een correcte/aansprekende aanbiedingsvorm.
- De pr-medewerker treedt naar buiten, vertegenwoordigt de Wijkraad zo goed mogelijk.
- De pr-medewerker verwijst naar betrokken personen van de Wijkraad als dit aan de orde is, informeert deze mederaadsleden uiteraard direct.

### **Voorwaarden**

- De pr-medewerker legt eigen teksten voor publicatie voor aan de voorzitter of secretaris voor aanvulling of correctie op inhoud.
- De pr-medewerker is op de hoogte van de mening van het DB, daaraan direct gekoppeld de restrictie wat al dan niet dient te worden gecommuniceerd.
- De pr-medewerker staat ten dienste van alle leden maar is verantwoording schuldig aan het DB.

### **Communicatiekanalen/contacten in het werkgebied**

- Wijkbladen (gratis publiciteit)
- Radio M Utrecht (gratis publiciteit)
- RTV Utrecht (gratis publiciteit)
- Verenigingen/clubs/kerken (denk aan Hercules, Wederzijds)
- Buurthuizen
- Sociale media: Website, Facebook. Nextdoor Voordorp
- Overige instanties die voor de wijk werken, dit kunnen incidenteel ook provinciale en landelijke instellingen zijn (denk aan de Ouderenbond)