# **Instrument bij brainstormsessie 2:**

**Communicatieplan per subgroep**

**Hoe ga je aan de slag?**

1. **Werk een plan per subgroep uit. Zo behoud je je focus op de specificiteiten van een subgroep.**
* Volg daarbij de prioritering die je eerder vooropstelde.
1. **Omschrijf per subgroep elke communicatie-actie die je plant.**
2. **Voor elke actie omschrijf je de doelstelling, boodschap, materialen, kanalen en sta je ook stil bij timing, budget en taakverdeling.**

**Belangrijk!**

Begin deze oefening niet van nul, maar gebruik de antwoorden op de vragen van brainstorm 1

(met betrekking tot subgroep, doelstellingen, boodschappen, materialen en kanalen).



|  |
| --- |
| **SUBGROEP 1: …** |
| **Actie** Omschrijf duidelijk de verschillende communicatieacties die je onderneemt. Één actie is zo specifiek mogelijk *(bv.: ‘boomerangkaartjes-cties via de lokale middenstand’ of ‘actie op sociale media met influencers’).*  | **Doelstelling(en)**Kijk hier terug naar de vooropgestelde doelstellingen uit brainstorm 1 | **Kernboodschap** (best 1 en maximaal 3 kernboodschap(pen) per communicatie-actie). Grijp hier terug naar de oplijsting van kernboodschappen uit brainstorm 1 | **‘Proofpoints’** (argumenten die de kernboodschap(pen) ondersteunen) | **Materialen**Kijk opnieuw naar de antwoorden uit brainstorm 1: hoe verpak je de boodschap en doe je hierbij een beroep op bestaande of nieuwe materialen?  | **Kanalen** | **Timing** | **Frequentie**  | **Budget** | **Verantwoordelijke(n) uitvoering** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Actie 1: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Actie 2: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Actie 3:  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Actie 4:  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |
| --- |
| **SUBGROEP 2: …** |
| **Actie** Omschrijf duidelijk de verschillende communicatieacties die je onderneemt. Één actie is zo specifiek mogelijk *(bv.: ‘boomerangkaartjes-cties via de lokale middenstand’ of ‘actie op sociale media met influencers’).*  | **Doelstelling(en)**Kijk hier terug naar de vooropgestelde doelstellingen uit brainstorm 1 | **Kernboodschap** (best 1 en maximaal 3 kernboodschap(pen) per communicatie-actie). Grijp hier terug naar de oplijsting van kernboodschappen uit brainstorm 1 | **‘Proofpoints’** (argumenten die de kernboodschap(pen) ondersteunen) | **Materialen**Kijk opnieuw naar de antwoorden uit brainstorm 1: hoe verpak je de boodschap en doe je hierbij een beroep op bestaande of nieuwe materialen?  | **Kanalen** | **Timing** | **Frequentie**  | **Budget** | **Verantwoordelijke(n) uitvoering** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Actie 1: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Actie 2: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Actie 3:  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Actie 4: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |
| --- |
| **SUBGROEP 3: …** |
| **Actie** Omschrijf duidelijk de verschillende communicatieacties die je onderneemt. Één actie is zo specifiek mogelijk *(bv.: ‘boomerangkaartjes-cties via de lokale middenstand’ of ‘actie op sociale media met influencers’).*  | **Doelstelling(en)**Kijk hier terug naar de vooropgestelde doelstellingen uit brainstorm 1 | **Kernboodschap** (best 1 en maximaal 3 kernboodschap(pen) per communicatie-actie). Grijp hier terug naar de oplijsting van kernboodschappen uit brainstorm 1 | **‘Proofpoints’** (argumenten die de kernboodschap(pen) ondersteunen) | **Materialen**Kijk opnieuw naar de antwoorden uit brainstorm 1: hoe verpak je de boodschap en doe je hierbij een beroep op bestaande of nieuwe materialen?  | **Kanalen** | **Timing** | **Frequentie**  | **Budget** | **Verantwoordelijke(n) uitvoering** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Actie 1: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Actie 2: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Actie 3: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Actie 4:  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |