

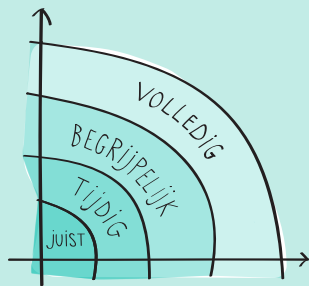
Het uienchilmodel

— Juist is belangrijker dan leuk

Hoe krijg je in een project de prioriteiten juist? Dat is zowel in de uitvoeringsfase van belang als in de lange planningsfase. Natuurlijk wil je leuke acties die makkelijk de krant halen. Maar ondertussen moet ook de basis in orde zijn. Dat lijkt soms te botsen. Met dit model start je vanuit de kern en bouw je laag per laag je communicatie op. Niet voor één doelgroep maar voor al je doelgroepen. Zo ben je er zeker van dat je niets vergeet.

Stap 1 De vier informatie-basics: juist, snel, begrijpelijk en volledig

De mate waarin een bewoner of handelaar tevreden is met je projectcommunicatie, zit hem in vier sleutelbegrippen. En die liggen op elkaar zoals de schillen van een ui.



Dit strategisch model werd gedownload uit het boek 'Laat ons zeggen dat het (de) shit wordt' van Bart Derison.

• Is de informatie die ik krijg juist?

Dat is de essentie. Hoe leuk een folder ook mag zijn, als de informatie fout is, haal je de hoeksteen van je communicatie onderuit. Hier teken je het vertrouwenscontract tussen jouw project en de doelgroep.

• Is de informatie tijdig?

Op de tweede plaats moet de informatie op tijd komen. En dat is het tijdstip waarop je doelgroep ze nodig heeft om actie te ondernemen. Als je de parkeerplaatsen van een handelaar nodig hebt voor de werken, dan is een weekje op voorhand veel te laat. Terwijl je voor het aankondigen van geluidshinder met drie dagen op voorhand wel mooi op tijd bent.

• Is de informatie begrijpelijk?

Met andere woorden, is ze aangepast aan het kennisniveau van je doelgroep? Geen jargon, korte en begrijpelijke zinnen. Schrap wat te moeilijk is of waar voorkennis voor nodig is. Met andere woorden, is de informatie 'Tante-Annie-proof'?

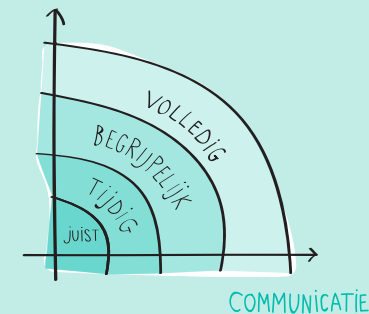
• Is de informatie volledig?

Kan je de informatiehonger helemaal stillen of blijven mensen nog met onbeantwoorde vragen zitten? Zorg ervoor dat je geen essentiële informatie vergeet. Ook wie meer dan gewone interesse heeft, vindt zijn of haar weg op je website of kan steeds terecht in een infocentrum.

Stap 2 Informatietevredenheid is een spel van organisatie én communicatie

Deze vier basics moeten juist zitten, en daarvoor moet je wat dingen regelen. Je zal merken dat het op de eerste plaats een organisatie-ingreep vraagt en dat er pas in tweede orde communicatietechniek komt bij kijken. Om juiste informatie te communiceren, maak je van bij de start sluitende afspraken met het projectteam, de werkbegeleiders of de aannemer. Regel hier ook goed het goedkeuringsproces of de vergadercyclus. Dat geldt ook voor het tijdig communiceren. Om begrijpelijk en volledig te communiceren, verschuift er meer gewicht naar de communicatieve aspecten: de vaardigheden om je informatie vanuit de bril van je doelgroep te lezen en heldere taal of didactische schetsjes te gebruiken.

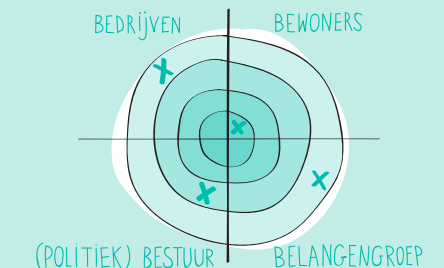
TEVREDENHEID



Naarmate je opschuift in de vier basics, vergroot de tevredenheid van je doelgroep over jouw informatie. Maar hou steeds voor ogen dat elke laag moet rusten op stevige onderliggende lagen. Begrijpelijke informatie die niet correct of te laat is, zorgt juist voor grote ontevredenheid.

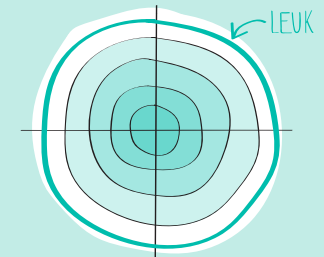
Stap 3 Som je doelgroepen op en zoek acties per schil

Je kan nu heel makkelijk je verschillende doelgroepen uitzetten. Stel dat je verwacht naar vier belangrijke doelgroepen te moeten communiceren, dan kan je per schil nadenken over wat je moet regelen om de vier basics op orde te hebben. Soms zal je zien dat je met één actie meteen alle doelgroepen afdekt, en soms heb je er per schil meerdere nodig voor de verschillende doelgroepen. Deze oefening is perfect om in teamverband te maken.



Stap 4 En dan pas komt de 5^{de} schil: leuk!

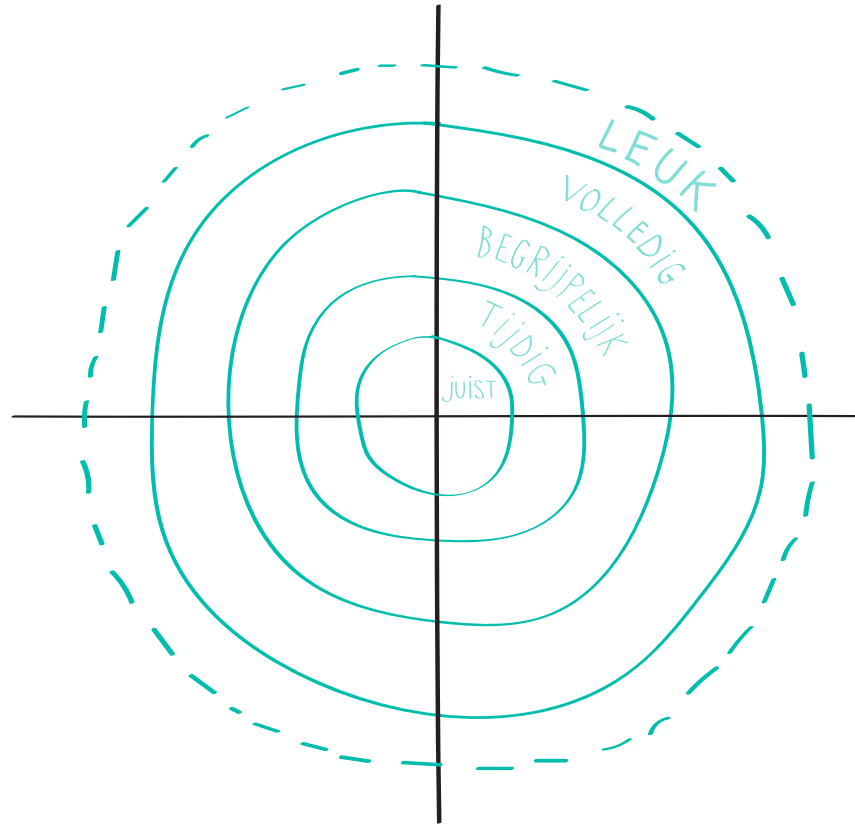
Communicatie gaat niet alleen over crisis en kritiek. Er doen zich genoeg kansen voor om leuke acties te bedenken waarmee je ook de beleving rond je project versterkt. Maar het is natuurlijk niet voor niets de vijfde ring. Leuk is pas echt leuk als je eerst de vier basics op orde hebt.



Stap 1 - 4 Som je doelgroepen op en zoek acties per schil

DOELGROEP:

DOELGROEP:



DOELGROEP:

DOELGROEP:

ACTIES

_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

VOORBEELD

SITUATIESCHETS FICTIEF VOORBEELD

In de Dorpsstraat is de huidige riolering aan vervanging toe. Je moet als communicatieprofessional naar verschillende doelgroepen communiceren, want er is niet alleen veel bewoning langs de Dorpsstraat. Er zijn ook heel wat handelszaken gevestigd en de Dorpsstraat vormt een belangrijkste toegangsweg naar een groot industriegebied (> 100 bedrijven) verderop. Bovendien wil het gemeentebestuur ook geïnformeerd blijven tijdens en over de werken. Met het uenschilmodel leg je de juiste prioriteiten in je communicatie naar je doelgroepen.

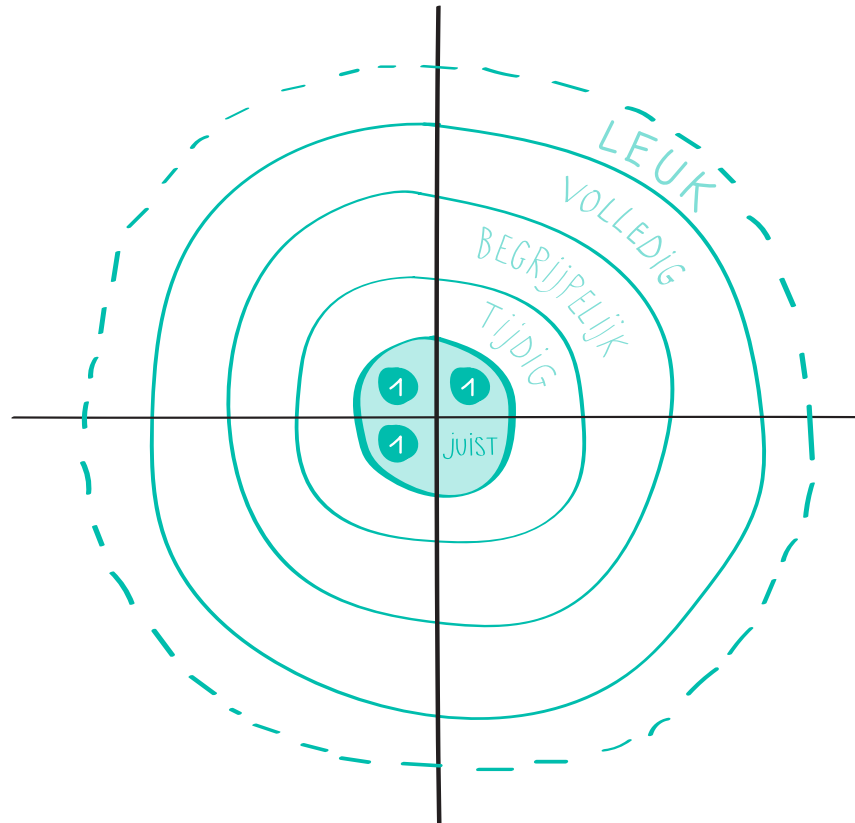
Stap 1 - 4 Som je doelgroepen op en zoek acties per schil

DOELGROEP:

omwonenden

DOELGROEP:

handelaars Dorpsstraat



DOELGROEP:

industriegebied

DOELGROEP:

gemeentelijk bestuur

ACTIES

1 Je zorgt dat communicatie wekelijks op de agenda staat van de projectwerkgroep waar ook de aannemer zit. Je regelt een vaste contactpersoon bij de werkopvolgers waarbij je al je info kan checken.

_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

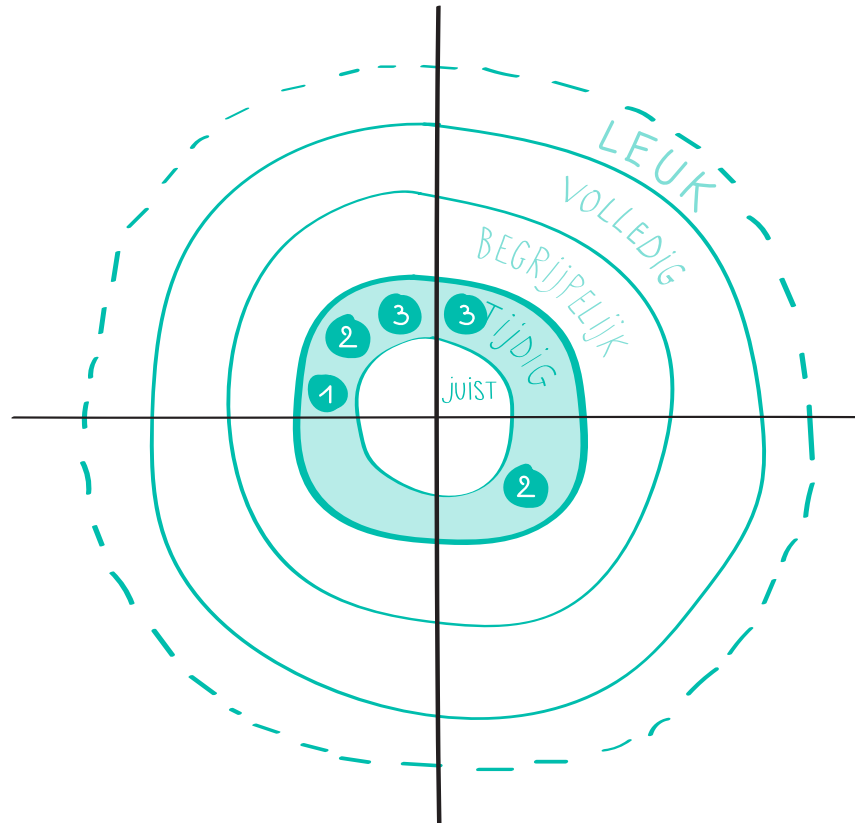
Stap 1 - 4 Som je doelgroepen op en zoek acties per schil

DOELGROEP:

omwonenden

DOELGROEP:

handelaars Dorpsstraat



DOELGROEP:

industriegebied

DOELGROEP:

gemeentelijk bestuur

ACTIES

- 1 Je laat op het projectoverleg de communicatieregels vastleggen dat bij fasewissels of ingrepen er steeds 10 dagen marge is om deze goed te communiceren.
- 2 Je zorgt op voorhand dat je vanuit de gemeente snel beroep kan doen op een aantal jobstudenten die snel brieven kunnen bedelen bus-aan-bus.
- 3 Je richt een WhatsApp-groep op waarin je omwonenden en handelaars op de snelst mogelijke manier kan informeren wanneer hun eigendom enkele uren niet bereikbaar of toegankelijk is.

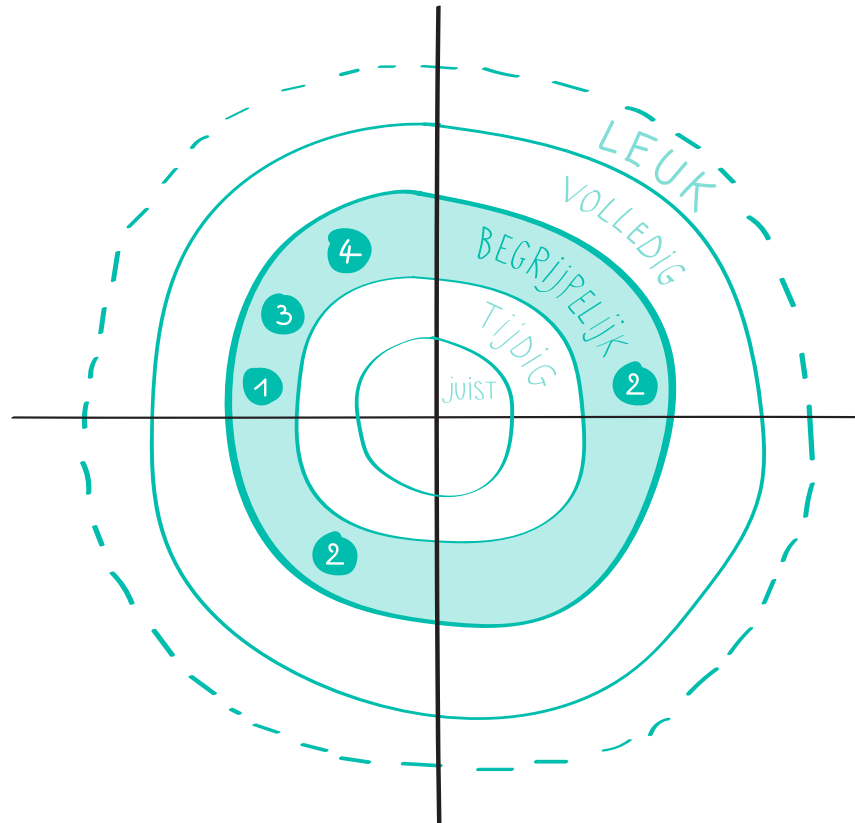
Stap 1 - 4 Som je doelgroepen op en zoek acties per schil

DOELGROEP:

omwonenden

DOELGROEP:

handelaars Dorpsstraat



DOELGROEP:

industriegebied

DOELGROEP:

gemeentelijk bestuur

ACTIES

- 1 Je zorgt dat presentaties bij een infoavond van het ingenieursbureau steeds via jou gaan. Je haalt de moeilijke woorden eruit, en zorgt dat er voldoende plannetjes in staan.
- 2 Je regelt op voorhand in het bestek dat de aannemer van elke wijzigende verkeerssituatie een plannetje moet maken.
- 3 Je richt een leesgroep op van 5 bewoners die regelmatig je infokanalen tegenleest en de begripelijkheid van teksten bewaakt.
- 4 Je maakt korte video's van de verschillende soorten werken die plaatsvinden en verspreidt die op de gemeentelijke (sociale media) kanalen.

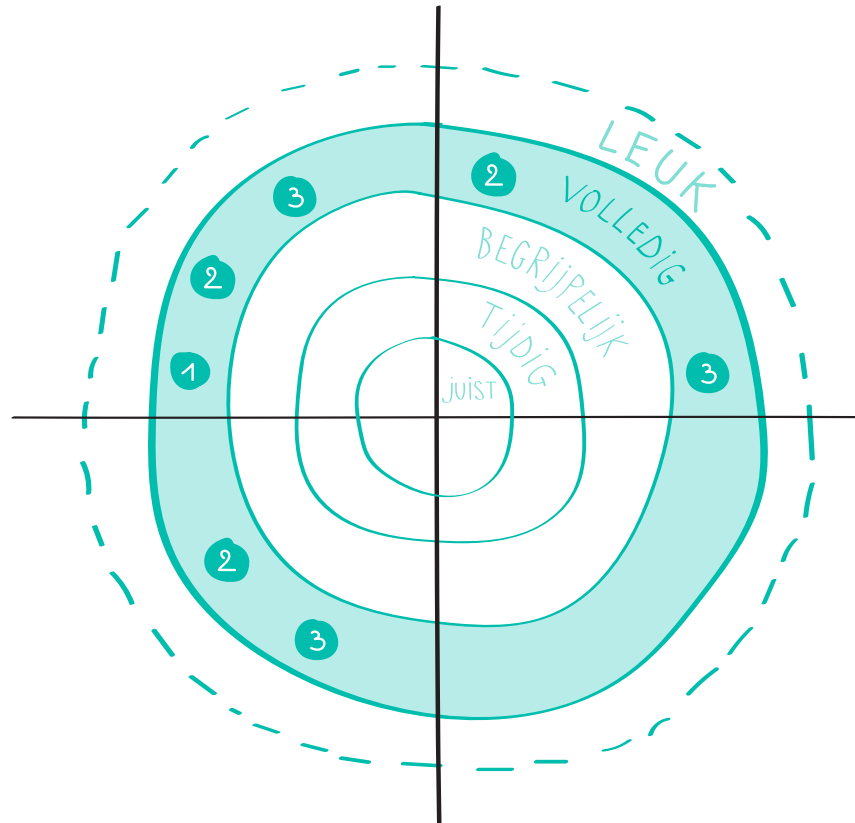
Stap 1 - 4 Som je doelgroepen op en zoek acties per schil

DOELGROEP:

omwonenden

DOELGROEP:

handelaars Dorpsstraat



DOELGROEP:

industriegebied

DOELGROEP:

gemeentelijk bestuur

ACTIES

1 Je richt in een leegstaand pand in de Dorpsstraat een **tijdelijk informatiecentrum** in waar bewoners voor meer informatie terecht kunnen.

2 Je screent je website, past je FAQ's aan en zorgt dat alle rapporten of plannen te downloaden zijn.

3 Je plaatst werfdoeken aan het begin van de werfzone die onder meer de omleidingen (ook voor fietsers) en de fasering van de werken weergeeft.

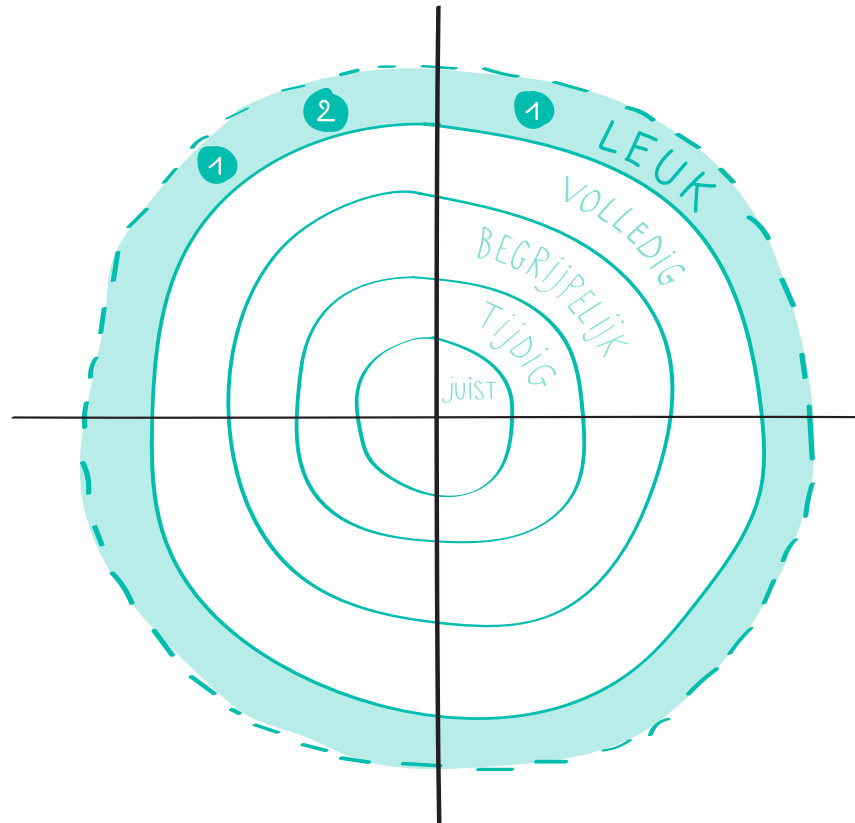
Stap 1 - 4 Som je doelgroepen op en zoek acties per schil

DOELGROEP:

omwonenden

DOELGROEP:

handelaars Dorpsstraat



DOELGROEP:

industrialgebied

DOELGROEP:

gemeentelijk bestuur

ACTIES

1 Na afloop van de eerste fase van de werken organiseer je een **straatbarbecue** met de inwoners en handelaars van de Dorpsstraat.

2 Je laat tijdens het weekend een **BMX-parcours van de werfzone/ de bouwput** in de Dorpsstraat maken en nodigt kinderen uit om een initiatie BMX'en te komen volgen op een niet alledaags parcours.