

OEFENING COMMUNICATIEMOGELIJKHEDEN

VRAAGSTUK

Hoe communiceren en via welke kanalen?

DOEL

Een communicatiestrategie uitwerken is een belangrijke stap bij het uitrollen van een gezondheidsbeleid. Het is goed om al van bij de start regelmatig met alle betrokkenen en sleutelfiguren te communiceren en ze ook later te brieven over de voortgang van het project. Zo behoud je een draagvlak doorheen het hele proces. Het is waarschijnlijk niet nodig om hiervoor nieuwe communicatiekanalen op te zetten, wel om de bestaande te onderzoeken en op basis hiervan op zoek te gaan naar de meest geschikte communicatiemogelijkheden.

MATERIAAL

- papier, post-its en schrijfgerei voor elke deelnemer
- 20 communicatiekaarten
- lijst doelgroepen

DOELGROEPEN (ZELF OP TE STELLEN)

- klanten/gasten/ patiënten/bezoekers
- keukenmedewerkers
- zorgmedewerkers
- beleidsmedewerkers
- vrijwilligers, mantelzorgers
- externen (bv. leveranciers, apotheker ...)
-

VOORAF

- Geef elke deelnemer papier, post-its en schrijfgerei.
- Schrijf elke doelgroep op een apart A4-papier en leg deze op tafel. Vul eventueel aan met andere specifieke doelgroepen.
- Leg de **20 kaarten (zie volgende pagina)** met iconen van communicatiemiddelen op tafel zodat de iconen zichtbaar zijn.



ENKELE VOORBEELDEN TER INSPIRATIE

VERLOOP

- Alle deelnemers staan of zitten rond de tafel. Iemand trekt een papier met een doelgroep op.
 1. Schrijf op een post-it alle communicatiekanalen die op dit moment al gebruikt worden voor die doelgroep. Gebruik de communicatiekaarten om zo volledig mogelijk te zijn. Kleef de post-its op het blad.
 2. Zoek naar nog 3 andere, originelere mogelijkheden om te communiceren. Dat mogen nieuwe manieren zijn, of 'gepimpte' bestaande communicatiemiddelen. Noteer deze en kleef ze ook op het doelgroepblad. Een creatieve, opvallende boodschap heeft altijd meer effect!

- Mysterieuze mails: laat bij de betrokken personen zo nu en dan al een 'ballonnetje' op over het gezondheidsbeleid, door wekelijks een mail te versturen vanuit een geheim adres met weetjes, foto's ... Zo prikkel je de nieuwsgierigheid.
- Broodje met een boodschap: steek bij de broodjes een briefje met meer uitleg over het aankomende beleid of een bepaalde actie.
- Doe een verrassingsactie tijdens de personeelsvergadering door iets over het beleid aan te kondigen.
- Laat regelmatig (via posters, schilderwerk ...) quotes of feiten over de gezondheidstema's opduiken.
- Voeg het gezondheidsbeleid als item toe aan de interne/externe nieuwsbrief, het elektronische prikbord voor medewerkers, memo's voor de verschillende afdelingen ...
- Mensen als mascotte: geef het goede voorbeeld. Als het management en andere sleutelfiguren hun enthousiasme tonen over het beleid en betrokken zijn, dan gaat dit rond als een lopend vuurtje.

OUTPUT

- De opsomming van alle communicatiemogelijkheden is noodzakelijk om op verder te bouwen als je acties uitdenkt. Noteer alle bestaande of net bedachte communicatiemiddelen per doelgroep. Dit kan als inspiratie dienen tijdens de zoektocht naar mogelijke gerichte acties voor de verschillende doelgroepen.

