

Communicatieplan 2020

Doel

De communicatie van SeniorenVereniging Rijen (SV-Rijen) is gericht op bekendmaking en promotie van haar beleid en de verenigingsactiviteiten. De communicatieactiviteiten zijn ondersteunend aan de verenigingsdoelstellingen, het verenigingsbeleid en de verenigingsactiviteiten.

Doelgroepen communicatie

- Primaire doelgroepen: intern de 1400 leden en extern de potentiële leden (50-plussers in Rijen) Binnen de leden vormen de vrijwilligers (140) een afzonderlijke groep.
- Secundaire doelgroepen: Overige Rijense senioren, de Gemeente Gilze en Rijen, gemeentelijke partijen en raadsleden, het gemeentelijke Seniorenplatform, KBO-Brabant, KBO-kring Gilze en Rijen en betrokken organisaties in de regio.
- Indirecte doelgroepen: inwoners van Gilze en Rijen.

Identiteit en imago

De vereniging behartigt de belangen van de Rijense senioren. Ze brengt de leden met elkaar in contact en bevordert onderlinge zorg door hen te informeren, voor te lichten en te adviseren. Ze maakt deelneming aan gevarieerde, gezellige, educatieve, sportieve en ontspannende activiteiten mogelijk.

De gemiddelde leeftijd van de leden is wat lager dan 15 jaar geleden en de huidige senior heeft een andere levensstijl dan die van toen. De vereniging wil haar rol voor alle Rijense 50-plussers (blijven) vervullen en wil dat ook uitstralen. In 2013 is daarom gekozen voor de naam SeniorenVereniging Rijen.

Naar het imago van de vereniging is overigens geen onderzoek verricht. Ouderenorganisaties hebben over het algemeen geen flitsend imago. Bij veel inwoners van Rijen is onbekend wat SV-Rijen zoal doet.

Huisstijl

Met de naamsverandering in 2013 is de huisstijl aangepast en werd een nieuw logo gepresenteerd. Concrete onderdelen van de huisstijl zijn het logo, de huiskleuren, het lettertype en vormgevingsafspraken voor de nieuwsbrief en voor (omslagen van) speciale publicaties. Ook niet-materiële elementen uit het beleidsplan zijn te beschouwen als onderdeel van de huisstijl, zoals het streven naar openheid en transparantie. Zie Stijlblad SV-Rijen (bijlage). De huisstijl wordt regelmatig geactualiseerd.

Huidige media

- Website sv-rijen.nl en e-mailings
- Nieuwsbrief (11x per jaar), als bijlage bij het maandblad Ons van KBO-Brabant
- Wekelijkse publicaties in het Weekblad Gilze en Rijen
- Rollend Nieuws in de Oase
- Cursusboekje (jaarlijks)

Inzet van communicatieactiviteiten en -middelen

1. Website sv-rijen.nl

Alle informatie over SV-Rijen is op de website te vinden en ook de nieuwsberichten hebben er een plek. Het bezoekersaantal moet nog groeien. Gelet op de huidige samenstelling van ons ledenbestand is dat te verwachten. Met de instroom van een nieuwe generatie leden die steeds meer gebruik maakt van tablets en smartphones zal het gebruik op termijn zeker toenemen. Daarom is in 2018 de website grondig vernieuwd en geschikt gemaakt voor deze apparaten.

De website draagt bij aan de profilering van onze vereniging. We stimuleren het gebruik van de website door er herhaaldelijk op te wijzen, o.a. bij publicaties in het weekblad. Er worden regelmatig activiteiten ontwikkeld om de website te promoten bij de leden.

2. E-mailings

Enkele dagen voor de verspreiding van de nieuwsbrief ontvangen de leden een e-mail met een aankondiging en een of meerdere links naar de nieuwsbrief op de website (via het leden bestand van KBO-Brabant). De leden ontvangen ook een e-mail wanneer er belangrijk nieuws is. Ongeveer een kwart van de leden heeft geen e-mailadres, daarom blijven andere informatiekanalen belangrijk.

3. Maandelijks SVR-Nieuwsbrief

De SVR-Nieuwsbrief verschijnt 11 keer per jaar, beslaat één tweezijdig geprint en dubbelgevouwen A3-blad in kleur en wordt verspreid met het KBO-magazine Ons. Soms worden nog andere verenigingsstukken in- of bijgevoegd. De nieuwsbrief wordt, zodra hij naar de drukker gaat op de website geplaatst. Daar is hij dus sneller beschikbaar voor de leden. Om het gebruik van de website te bevorderen krijgen de leden enkele dagen voor de verspreiding van elke nieuwsbrief een e-mail

De papieren Nieuwsbrief heeft een hoge attentiewaarde, komt bij alle leden 'op de mat' en past als communicatiemiddel bij het communicatiegedrag van het huidige ledenbestand. De papieren Nieuwsbrief verschijnt minder dan eenmaal per maand en heeft na vaststelling nog een productie/verspreidingstijd van bijna een week. Het maken van de nieuwsbrief is behoorlijk arbeidsintensief in zowel productie als verspreiding. We verwachten overigens dat de digitale versie geleidelijk de papieren versie zal verdringen.

4. Rollend Nieuws en demo-tablet in de Oase

Het 'Rollend Nieuws' in de Oase is een medium dat door Oase-bezoekers met meer of minder aandacht, meestal in het voorbijgaan, wordt bekeken. De informatie wordt beperkt tot belangrijke mededelingen (waaronder de agenda) en een aantal foto's van recente activiteiten. Daarmee is het eerder een sfeerelement dan een pure informatiebron.

Om het websitegebruik te bevorderen is er een demo-tablet beschikbaar in de Oase. Op deze tablet kunnen leden de website van de vereniging raadplegen. Met deze tablet kunnen de gastvrouwen bovendien demonstreren hoe leden alle informatie op de website kunnen vinden.

5. Publicaties in het Weekblad Gilze en Rijen

Wekelijks publiceert de vereniging in het Weekblad Gilze en Rijen. Het weekblad wordt in Gilze en Rijen goed gelezen. Het is dan ook een belangrijk podium naar niet-leden en potentiële leden: met onze berichten laten

we de Rijense gemeenschap zien wie we zijn en wat we doen. Berichtgeving in het weekblad heeft een driedelig doel:

- een bijdrage leveren aan onze brede profilering door te vertellen wat we deden en wat we gaan doen;
- leden (herhaald) informeren over praktische zaken zoals tijden, plaatsen en inschrijvingstermijnen;
- ledenwerving .

Om op te vallen wordt gekozen voor pakkende koppen, heldere taal en sprekende foto's. Evenementen en activiteiten voor niet-leden worden altijd in het weekblad aangekondigd. De concurrent van het weekblad, Het Kanton, bericht te weinig over Rijen, wordt weinig gelezen en is daarom voor ons als informatiekanal niet interessant

6. Hallo Gilze-Rijen

We hebben in 2018-2019 beproefd hoe de lokale zender Hallo Gilze-Rijen een bijdrage kan leveren aan de informatieverstrekking en de promotie van onze vereniging. Die bijdrage blijkt gering. Vooral omdat de doorlooptijd van de berichtgeving te lang is. Daarom is in 2019 besloten de deelname aan Hallo Gilze-Rijen niet voort te zetten.

7. Persberichten en perscontacten

Perscontacten, buiten de berichten die naar het Weekblad Gilze en Rijen worden gestuurd, zijn niet frequent maar kunnen een grote impact hebben. In het belang van een eenduidige profilering worden perscontacten onderhouden door de voorzitter. In voorkomende gevallen kan de voorzitter uiteraard doorverwijzen naar het bestuurslid dat ter zake het meest deskundig is. Als de gelegenheid zich voordoet (jubileum, verhuizing, beleidsverandering) zullen we perscontacten actief opzoeken. Het betreft hier vooral berichtgeving in BNdeStem.

8. Algemene informatie over de vereniging

Iedere twee jaar werd tot 2017 een boekje samengesteld met algemene informatie en een overzicht van alle activiteiten. Dit informatieboekje was bestemd voor leden en potentiële leden. In 2018 is deze informatie nog in een zogenaamde waaier gepresenteerd. Voor deze informatie kan men tegenwoordig echter beter de website raadplegen. Die is actueler, want die kan elk moment worden aangepast. Bovendien is door smartphones en tablets het internetgebruik onder ouderen sterk toegenomen.. De communicatiegroep blijft zoeken naar de beste mogelijkheden om Rijenaren bekend te maken met de vereniging.

9. Cursusboekje

Jaarlijks verschijnt een boekje met informatie over de wintercursussen die worden georganiseerd. Het boekje is bestemd voor leden en wordt met de nieuwsbrief in augustus/september verspreid. In het boekje bevindt zich een dubbel inschrijvingsformulier. Inschrijving via de website wordt in 2019 nader bekeken. Het internetgebruik is nog te gering om alleen daar op te focussen. Op de website vindt men actuele informatie over de cursussen. We bekijken de mogelijkheden om inschrijvingen te digitaliseren.

10. Agenda's

Activiteiten worden aangekondigd in de *Agenda van de website* en in het *Rollend Nieuws*. Op de website staat bovendien een *Weekoverzicht* van de geregelde activiteiten van de activiteitengroepen. En er is een speciale *Oase-agenda* waarin men kan zien wat er in de Oase te doen is.

11. Presentaties, flyers en folders

Via presentaties presenteren we ons beleid en onze activiteiten tijdens bijeenkomsten. Met behulp van flyers en folders kan een bepaalde activiteit speciaal onder de aandacht worden gebracht. Al dit materiaal wordt uitgebracht in de huisstijl van de vereniging.

12. Bijeenkomst nieuwe leden

Elk jaar wordt er een bijeenkomst georganiseerd voor nieuwe leden om hen wegwijs te maken in de vereniging. Ze ontvangen daarvoor een persoonlijke uitnodiging.

Ons beleid m.b.t. publiciteit voor anderen (toegevoegd na de bestuursvergadering van 8 okt. 2019)

Organisaties en bedrijven waarmee we samenwerken mogen vermeld worden in schriftelijke en digitale publicaties (dus ook op de website).

Uitgangspunt bij plaatsing van een externe link op de website is dat de vermelde website belangrijk of interessant kan zijn voor een belangrijk deel van onze leden.

In de nieuwsbrief en op de website kan aandacht worden besteed aan activiteiten die niet van onze vereniging (of van de Kring Gilze en Rijen) zijn, maar wel belangrijk voor veel van onze leden of voor de vereniging.

Een en ander is ter beoordeling van de werkgroep Communicatie. Bij twijfel wordt het verzoek tot vermelding of publicatie voorgelegd aan het bestuur.

Evaluatie

Het communicatieplan en de effecten van de communicatiemiddelen worden jaarlijks geëvalueerd. Op grond van deze evaluatie vindt bijstelling van het plan en de in te zetten media plaats. Een ledenraadpleging kan een belangrijke bijdrage aan zo'n evaluatie leveren.

Menskracht en taakverdeling

Het bestuur stelt het Communicatieplan vast op voorstel van de Werkgroep Communicatie. Een van de bestuursleden heeft de verenigingscommunicatie in zijn/haar portefeuille. De voorzitter van de vereniging vertegenwoordigt met de vicevoorzitter, secretaris en/of de penningmeester de vereniging in en buiten rechte (Statuten, art 13) en is daarmee de eerstverantwoordelijke voor contacten met externen en dus ook met de pers.

Concrete taken voor de verenigingscommunicatie liggen op dit moment bij de Werkgroep Communicatie. Binnen deze groep worden de taken verdeeld. Het gaat daarbij onder meer om het beheer en onderhoud van de website, schrijven van teksten voor de nieuwsbrief, redactietaken, fotografie, vormgeving van de nieuwsbrief, artikelen voor het weekblad, persberichten, berichten op andere websites (o.a. Zorgklik) en de ontwikkeling van overig communicatief materiaal.

Samenwerkingspartners/opdrachtnemers buiten de vereniging zijn gewoonlijk Carla van den Ouweland (vormgeving), Baakbeeld (techniek website, meestal via Carla van den Ouweland) en Gidi Lankhorst (print boekjes, flyers, brieven e.d.).

*Rijen, vastgesteld in januari 2019 door het bestuur van SV-Rijen,
Geactualiseerd door de werkgroep Communicatie, januari 2020.*

Bijlage: Stijlblad SV-Rijen

Bijlage:

Stijlblad SV-Rijen

De naam van de vereniging

Volledig is de naam *SeniorenVereniging Rijen*. Let op: er staat geen spatie tussen Senioren en Vereniging maar we gebruiken wel twee hoofdletters. De volledige naam wordt altijd gebruikt zonder lidwoord.

De gebruikelijke afkorting is *SV-Rijen*. Deze afkorting heeft de voorkeur, want daarmee wordt een link naar de website gelegd. De afkorting wordt gebruikt zonder lidwoord.

Men kan eventueel de afkorting *SVR* gebruiken, zoals in het logo met drie hoofdletters. SVR kan gebruikt worden met een lidwoord.

In een brief of artikel wordt de eerste keer de naam voluit gebruikt, met de afkorting (eventueel tussen haakjes) daarachter. Daarna kan in de rest van de tekst volstaan worden met de afkorting. Voorbeeld: "SeniorenVereniging Rijen (SV-Rijen) is een succes. Dat komt onder meer door de enthousiaste inzet van bijna 140 vrijwilligers. Ter gelegenheid van het jubileum van SV-Rijen organiseerde het bestuur daarom voor hen een verrassingsdag."

Brieven

Voor correspondentie wordt een briefmodel (sjabloon, format) gebruikt. Het Word-sjabloon (format) is te vinden op de website onder Leden > Huisstijl.

Lettertype: Calibri. Lettergrootte bij voorkeur 11 pnt. Met die lettergrootte kan uiteraard gespeeld worden. Maar liever niet te veel verschillende groottes gebruiken in één tekst. Ook liever geen kapitalen gebruiken: die blijken minder goed leesbaar dan gewone letters (undercast).

Marges: boven 6 cm, links 3,5 cm, rechts 2,2 cm

Ondertekening: Brieven worden zo mogelijk ondertekend door de secretaris

E-mails

Onder een e-mail gebruiken we de gangbare afzendergegevens:

- Naam
- Functie plus SeniorenVereniging Rijen
- Telefoonnummer(s)
- E-mailadres
- Website sv-rijen.nl

Men is vrij het verenigingslogo toe te voegen. Dat vindt men onder Huisstijl.

Visitekaartjes

Bestuursleden en vrijwilligers met een vertegenwoordigende taak kunnen via de Commissie Communicatie visitekaartjes op naam aanvragen.

Gegevens op een visitekaartje:

- Naam
- Functie
- Telefoonnummer
- E-mail
- Website

Schrijfstijl

SeniorenVereniging Rijen wil zich presenteren als een eigentijdse vereniging. Dat komt ook in de schrijfstijl tot uitdrukking. Enkele kenmerken:

- We spreken de lezer bij voorkeur aan met *je*.
- We vermijden afstandelijke taalgebruik. We gebruiken gewone woorden die iedereen begrijpt. We vermijden zoveel mogelijk de werkwoorden *worden*, *zijn* en ook *hebben*.
- We maken de zinnen niet te lang, liefst minder dan 15 woorden.

Publicaties, kleurenkeuze

Ook in publicaties (nieuwsbrieven, boekjes, flyers, PowerPoint-presentaties enz.) wordt niet van de huisstijl afgeweken. Er zijn een aantal standaardontwerpen, waarop men kan voortborduren. We gebruiken daarbij de actuele kleurenrange (zie voorbeelden).

SV-Rijen, 2019

