

## Communicatieplan HuurdersVereniging Oosterhout augustus 2022

### 1. Inleiding

HuurdersVereniging Oosterhout (hierna: HVO) is, ondanks het feit dat de vereniging al jaren bestaat, nog steeds een relatief onbekende club binnen Oosterhout. Het merendeel van de huurders weet niet dat HVO bestaat en heeft geen idee wat HVO doet en kan betekenen voor huurders. Daardoor is het ook lastig voor HVO om de achterban te raadplegen en te betrekken bij belangrijke onderwerpen, zoals huuraanpassing, prestatieafspraken, nieuwbouw, leefbaarheid enz.

De doelgroep van HVO is nogal divers en varieert van jong tot oud, toekomstige tot zittende huurders, alleenstaande huurders tot gezinnen enz. De belangen, wensen en vragen van de doelgroep en de manieren waarop de doelgroep te bereiken is, zijn hierdoor vaak verschillend. De communicatie en PR van HVO zal daarom op verschillende manieren en via verschillende media moeten plaatsvinden om effectief te zijn.

Hieronder volgt een voorstel per medium. Vervolgens volgt een indicatie van de planning, het tijdsbeslag en de eventuele kosten. Ook is een overzicht van de te ondernemen acties opgenomen. Iedereen kan uiteraard stukken en ideeën aanleveren voor nieuwsonderwerpen, maar de hoofdverantwoordelijke voor de communicatie/PR bepaalt wat er geplaatst wordt.

### 2. Website

De website is een statisch medium. Per maand één of twee nieuwe berichten plaatsen is voldoende. De website is vooral geschikt voor meer uitgebreide berichten met links naar documenten of websites met nog meer informatie. De meeste informatie is algemeen van aard en is langere tijd relevant, waardoor de hele doelgroep van HVO voor hen interessante en relevante informatie kan vinden.

De website kent nu een onder andere een rubriek waar per buurt informatie wordt gegeven. Deze informatie moet nog worden uitgebreid en er moeten nog foto's bijgeplaatst worden. Doel van deze rubriek is om (toekomstige) huurders een indruk te geven van hun toekomstige woonomgeving, zittende huurders te informeren over ontwikkelingen in hun buurt en meer betrokkenheid te genereren van huurders met hun buurt. Idealiter leveren buurtbewoners relevante informatie aan voor deze rubriek.

### 3. Facebook/Instagram

Beide media zijn te koppelen, zodat berichten op Facebook automatisch ook op Instagram geplaatst worden. Facebook kent vooral gebruikers in de leeftijdscategorie boven de 40 en Instagram kent vooral jongere gebruikers. Beide media zijn geschikt om een iets jongere doelgroep te benaderen.

Facebook en Instagram zijn vooral geschikt voor korte berichten met één of twee foto's. Eventueel kan er een link geplaatst worden naar een website voor meer informatie en dit kan de website van HVO zijn, maar ook een externe website, zoals de website van Thuisvester, de Woonbond enz.

Om traffic/likes en meer bekendheid te genereren is het noodzakelijk om minimaal één maal per week een bericht te plaatsen en liefst nog vaker. Bij gelegenheid is het ook goed om bijvoorbeeld live te gaan op Facebook bij een eerste steenlegging.

In de opstartfase is het aan te bevelen om een promotieactie op Facebook te doen. Hierbij kan tegen geringe kosten gezorgd worden voor een groter bereik binnen Oosterhout en dat levert hopelijk meer volgers voor de pagina van HVO op. De kosten hiervoor worden hieronder toegelicht.

#### 4. BN De Stem/Weekblad Oosterhout/Oosterhout Nieuws/ORTS

Het is goed om een aantal keren per jaar een persbericht met foto te sturen naar de redacties van de hier genoemde media. Berichten zullen niet altijd geplaatst worden, maar met name Oosterhout Nieuws en de ORTS plaatsen over het algemeen berichten integraal. Ook Weekblad Oosterhout plaatst meestal de aangeleverde berichten, maar dat is mede afhankelijk van de omvang van het bericht en de beschikbare ruimte in het weekblad.

Via de kabelkrant van de ORTS is er een behoorlijk groot bereik onder de met name wat oudere doelgroep. Heel veel mensen in Oosterhout hebben een abonnement op de nieuwsbrief van Oosterhout Nieuws, dus dat levert ook een groot bereik op, al zullen dat niet allemaal huurders zijn. Weekblad Oosterhout is een veel en goed gelezen lokaal weekblad, dus dat levert ook een groot bereik op bij een goed opgesteld persbericht met een pakkende titel.

BN De Stem plaatst nauwelijks persberichten, maar kan naar aanleiding van een persbericht wel besluiten tot het maken van een artikel door middel van een interview.

#### 5. Flyers/visitekaartjes

Tijdens bijeenkomsten/evenementen waarbij HVO aanwezig is, is het goed om flyers en/of visitekaartjes uit te delen.

Een flyer is bij voorkeur te maken op A5-formaat, staand, tweezijdig bedrukt en op 170 grams of zwaarder papier. Niet teveel tekst, maar wel genoeg informatie om mensen nieuwsgierig en geïnteresseerd te maken.

Visitekaartjes zijn bij voorkeur eenzijdig bedrukt en bevatten alleen het logo, telefoonnummer, mailadres en de gegevens van de website/Facebook/Instagram. Deze gegevens staan uiteraard ook op de flyer.

#### 6. Relatiegeschenken

Bij gelegenheid kan het een goed idee zijn om relatiegeschenken uit te delen. Hierbij valt te denken aan bijvoorbeeld USB-sticks, kleine notitieblokjes of pennen met het logo en wat verdere gegevens van HVO.

#### 7. Planning/kosten

Om HVO goed op de kaart te krijgen, zal er in het begin een groter tijdsbeslag nodig zijn. De content van de website moet nog verder uitgebreid worden.

Ook is een promotieactie op Facebook aan te raden. Hierdoor wordt een groter bereik onder Facebookgebruikers in Oosterhout en omgeving gecreëerd.

De schatting is dat in de beginperiode van twee maanden het tijdsbeslag ongeveer 20 uur per maand is om de content van de website up to date te maken en Facebook en Instagram goed op te starten.

Daarna is de schatting dat de benodigde tijd gemiddeld vier uur per week is voor het bijhouden van de website/Facebook/Instagram.

De promotieactie op Facebook zal waarschijnlijk € 35 kosten en wellicht dat die actie na een paar maanden nog een keer herhaald moet worden voor een nog groter bereik. Statistieken over het resultaat van de promotieactie zullen bijgehouden worden, zodat daarover verantwoording afgelegd kan worden.

Kosten van flyers/visitekaartjes en relatiegeschenken worden nog uitgezocht.

## 8. Acties

Communicatieplan opstellen	MC	Voor 01-09-2022
MC aanstellen als hoofdverantwoordelijke voor communicatie	Bestuur HVO	Voor 01-09-2022
Aanmaken Instagramaccount	MC	Voor 01-09-2022
Instagramaccount koppelen aan Facebook	MC	Voor 01-09-2022
Flyer ontwerpen	MC layout AS tekst	Voor 15-09-2022
Visitekaartjes ontwerpen	MC	Voor 15-09-2022
Flyers en visitekaartjes laten drukken	MC	Voor 01-10-2022
Website vullen	MC	Voor 01-10-2022
Relatiegeschenken bedenken	Allen	Voor 01-10-2022
Promotieactie Facebook	MC	Vanaf 05-09-2022
Communicatiekalender opstellen 2022	MC	Voor 01-10-2022
Ideeën aanleveren waarover gecommuniceerd kan worden	Allen	Continue
Communicatiekalender opstellen jaarlijks	MC	Voor 15 januari
Websitebericht maken	MC	1x per maand
Facebook/instagrambericht maken	MC	1 of 2x per week
Persbericht maken	MC	1x per kwartaal