



COMMUNICATIEPLAN ORGANISATIE BEGELEIDING

Projectgroep: “Aan de slag in het derde domein van de LVSC”

Deelnemers: Aukje Oudman, Sandra Buith, Marion Soons, Mike Janssen, Ingrid Oonk

Communicatieplan

Inhoud

Aanleiding	2
Communicatie doelgroep	2
Communicatiedoelstelling	2
Vaststellen voorlopig budget	3
Communicatiestrategie (in concept, is nog in ontwikkeling)	3
Communicatiemix (in concept, is nog in ontwikkeling)	4
PR.....	4
Persoonlijk contact	4
Creatieve ontwikkeling en mediakeuze (nog in ontwikkeling)	4
Uitvoering marketingcommunicatie(-plan) – advies.....	5

Communicatieplan

Aanleiding

Dit is een eerste concept van een communicatieplan voor het derde domein van de LVSC. Het Communicatieplan beoogt bij te dragen aan het faciliteren van de 'bloei' van het domein Organisatiebegeleiding. Enerzijds vraagt dit om activiteiten waarop de communicatie betrekking heeft. Denk aan een online planningsoverzicht van kennisbevorderende bijeenkomsten op meerdere niveaus en in meerdere vormen. Deze communicatie is nodig om de geplande activiteiten bekend te maken aan de beoogde deelnemers.

- Landelijk online – 'live'
- Bovenregionaal online – 'live'
- Regionaal online – 'live'

Anderzijds voorziet het Communicatieplan ook in de strategische inzet van Communicatiemiddelen 'an sich' welke in directe zin een bijdrage aan het 'bloeien' van het domein. Denk aan een 'match' tool die leden, direct in contact brengt, met andere leden rondom thema's als 'intervisie', een 'boekenclub' of een 'proeftuin' waarin leden kunnen 'oefenen' met hun workshop.

Communicatie doelgroep

Wij maken onderscheid in vier communicatiedoelgroepen:

1. LVSC leden: (leer)supervisors en coaches (vu de oorsprong), organisatiebegeleiding
2. Niet leden: Alumni van erkende opleiders zoals Master Begeleidingskunde, Alba Academie of Haagsche Hogeschool
3. Niet leden: professionele organisatiebegeleiders
4. Niet leden: relevante functionarissen uit het 'mensgerichte' beroepenveld

Uit het activiteiten aanbod komt de meerwaarde van een lidmaatschap tot uitdrukking. Primair is het activiteiten aanbod gericht op de betalende leden die door een lidmaatschap te betalen toegang krijgen tot de activiteiten die de LVSC organiseert. Eventueel kan een deel van het aanbod opengesteld worden voor een introducee, die een deskundigheidsbevordering heeft, om ze te verleiden tot een lidmaatschap.

Communicatiedoelstelling

De communicatiedoelstelling voor leden:

Het kunnen vinden en weten van de activiteiten die het derde domein organiseert.

1. LVSC leden organisatiebegeleiding
 - a. Verleiden om te participeren in het derde domein

Communicatieplan

- b. Doelstelling is het faciliteren van participatie rondom het organiseren kennisbevordering binnen de CoP gedachte. Sleutelwoorden: **participeren in de gemeenschap**

2. LVSC leden 'an sich'

- a. Doelstelling is hen in de gelegenheid te stellen om onder de noemer 'kruisbestuiving' kennis te maken met het vakgebied Organisatiebegeleiding. Sleutelwoorden: **over de schutting kijken**

Het aantrekken, verleiden van nieuwe leden om kennis op te doen, te delen en te benutten door het aantrekkelijke activiteiten aanbod.

3. Alumni van erkende opleiders zoals Master Begeleidingskunde, Alba Academie of Haagsche Hogeschool enz. ("merk-ambassadeurs")

- a. Doelstelling is pro-actieve werving voor het domein Organisatiebegeleiding. Sleutelwoord: **aantrekken – verwelkomen tot de gemeenschap**

4. Professionele organisatiebegeleiders

- a. Doelstelling is kennismaken met de gemeenschap Organisatiebegeleiding. Sleutelwoord: **verleiden**

5. Relevante professionals uit het 'mensgerichte' beroepenveld zoals HR professionals, organisatiecoaches, training en opleidingsfunctionarissen, bestuurders enz. worden verleid tot participatie. Sleutelwoord: **kennis uitwisseling**

Vaststellen voorlopig budget

Communicatiestrategie (in concept, is nog in ontwikkeling)

1. Relevant voor de doelgroep
2. Onderscheidend
3. Inspelen op trends en ontwikkeling

Unique Selling Propostion: 'Een leven lang samen leren'

Onder deze noemer wordt het domein als 'bloeiend' gezien, als leden actief participeren in de lerende gemeenschap en hierbij optrekken met het mensgerichte beroepenveld. Dit participerend samen praktijkleren verhoudt zich tot individueel 'consumerend' en 'stand alone' leren.

Waar het samen leren in de CoP gebouwd is op een relationele investering op basis van interesse in de 'ander', elkaar willen ontmoeten, het willen delen van ervaringen is bij consumptief leren sprake van een zakelijke transactie.

Communicatieplan

Onderdeel van de CoP is de thematische koppeling met de praktijk door agendering van actuele 'mensgerichte' organisatievraagstukken die aan de orde zijn in het 'mensgerichte' beroepenveld. De gemeenschap wil zich maatschappelijke engageren op organisatievragen waarmee onderwijsinstellingen, zorginstellingen, verpleeghuizen etc. 'worstelen'. Kennis en vaardigheden (deskundigheid) rondom professioneel begeleiden worden zo gekoppeld aan wat er speelt in de praktijk.

Communicatiemix (in concept, is nog in ontwikkeling)

Online

De LVSC website heeft een Organisatiebegeleiding omgeving die naast de reguliere informatie, een interactieve functie heeft waarin leden hun participatie deels zelf kunnen vormgeven. Hierbij kan worden gedacht aan een 'markt' waar vraag en aanbod elkaar ontmoeten:

- Intervisiegroepen
- Boekenclub (intervisiegroepjes die samen vakliteratuur lezen en dat bespreken)
- Workshops - spreekbeurten - 'willen geven' versus 'zoek iemand die'
- Onderzoek – samenwerken rondom projecten & 'projectjes'
- Schrijverscollectief – match van mensen die samen willen schrijven

Daarnaast worden alle bijeenkomsten op de verschillende niveaus online getoond, conform de huidige inrichting.

PR

De activiteiten op de verschillende niveaus bieden mogelijkheden voor 'content.' Veel meer dan nu het geval is, zullen activiteiten in beeld worden gebracht. De kunst is om dit met en door leden te organiseren. Deze content wordt op centraal niveau geladen op de website, Tijdschrift voor begeleidingskunde. Er lijkt ruimte voor een online medium waar leden zich voorstellen, hun verhalen worden verteld kortom meer visuele en inhoudelijke 'exposure' voor leden.

Praktisch lijkt het interessant om te onderzoeken of er vrijwillige 'moderators' te vinden zijn, die de online media (Linkedin, Instagram, Clubhouse etc.) onder hun hoede willen nemen.

Persoonlijk contact

Op basis van vrijwilligheid gaan leden 'de boer op' bij de erkende onderwijsinstellingen om de gemeenschap en haar motto van 'een leven lang samen leren' uit te dragen. Via presentatie en voorlichting verleiden zij alumni tot het participeren in de CoP gemeenschap.

Creatieve ontwikkeling en mediakeuze (nog in ontwikkeling)

Communicatieplan

De 'een leven lang samen leren' boodschap zal met een bureau worden uitgewerkt in een boodschap die zich laat presenteren (PPT, boekje, storytelling). Dit in lijn met de visie – missie – doelen en strategie van de LVSC als beroepsvereniging.

Uitvoering marketingcommunicatie(-plan) – advies

Het ligt voor de hand om een bestuurslid aan te stellen die verantwoordelijk is voor Communicatie binnen de LVSC. Als we ons hier beperken tot dit domein, ligt het voor de hand om een marketingcommunicatieplan op te stellen. Het marketingcommunicatieplan Organisatiebegeleiding verhoudt zich tot de Corporate Communicatieplanning waarin de LVSC zich als 'merk' en beroepsvereniging presenteert en positioneert.

Het opstellen van dit plan is een strategische activiteit, waar de uitvoering ervan een operationele activiteit is. De gedachte achter de online 'markt' is dat het leden in staat stelt om op basis van 'voorbedachte' thema's (intervisie, boekenclub) met elkaar in contact te brengen.

Daarnaast lijkt het een idee om op landelijk niveau elk halfjaar minimaal 1 activiteit te organiseren, die het domein stevig 'smoel' geeft. De 'cracks' worden uitgedaagd hun visie te delen, in relatie tot actuele (organisatie) vraagstukken. Leden hebben behoefte aan deze activiteit gecombineerd met netwerkborrels en aan dynamische interacties.

Jaarlijk zal de marketingcommunicatieplan en -uitvoering worden geevalueerd.

Daarnaast is het advies om de website te updaten naar deze tijd en de teksten aan te passen. Middelen en tijdsinvestering zijn nodig voor het updaten.

Gedacht en gewerkt wordt aan een LVSC-app die verbonden wordt met de website. Eerder was er een app ontwikkeld voor een landelijke LVSC-meeting die met enthousiasme gebruikt werd.

Ook kan een maandelijks artikel, podcast gedeeld worden met de leden voor een actieve kennisdeling en betrokkenheid.

Een andere suggestie is een platform voor kwaliteit, ontmoeting en kennisuitwisseling ontwikkelen. Mogelijk door een stagiair van een HBO of WO-opleiding.