

Generiek communicatieplan decentrale invoering EKD.NL

Versie 1.0

SAMENVATTING

Een succesvolle implementatie staat of valt bij heldere en eenduidige communicatie. Een effectief communicatieplan versterkt de regie van het projectteam.

Dit generiek communicatieplan geeft handvatten om in korte tijd een maatwerk communicatieplan te ontwikkelen voor de implementatie van EKD.NL in uw organisatie. Het is een hulpmiddel om alle aspecten van communicatie rond de invoering in kaart te brengen en tot een realiseerbaar plan op maat te komen.

Het EKD-systeem is centraal ontwikkeld door Stichting EKD.NL, en wordt decentraal geïmplementeerd door de bijna 100 JGZ-organisaties in Nederland. Het generiek communicatieplan is zo opgezet dat u gebruik maakt van wat centraal is ontwikkeld op een manier die lokaal past.

Een maatwerk communicatieplan volgens dit raamwerk bevat vijf hoofdstukken: uitgangspunten, strategie, instrumenten, begroting en actieplannen. De globale inhoud van de hoofdstukken wordt in dit document behandeld, afgesloten met tips en tabellen om er zelf mee aan de slag te gaan.

INHOUDSOPGAVE

Waarom een communicatieplan?	4
1 Uitgangspunten	5
1.1 Landelijke uitgangspunten	5
1.2 Lokale uitgangspunten	5
1.3 Om zelf te schrijven: Uitgangspunten	6
2 Strategie	7
2.1 Lokale strategie	8
2.2 Om zelf te schrijven: Strategie	8
3 Instrumenten	10
3.1 Landelijke instrumenten	10
3.2 Lokale instrumenten	10
3.3 Om zelf samen te stellen: Instrumenten	10
4 Communicatiebegroting	14
5 Actieplannen	15
5.1 Zelf actieplannen opstellen	15

WAAROM EEN COMMUNICATIEPLAN?

Een succesvolle implementatie staat of valt bij heldere en eenduidige communicatie. Een effectief communicatieplan versterkt de regie van het projectteam.

Het communicatieplan verbindt drie aspecten van communicatie: de uitgangspunten voor communicatie (de opdracht en fasering van het project), de strategie (het hart van het plan) en de instrumenten (elementen waaruit de actieplannen zijn samengesteld).

Het plan wordt geschreven voor de interne opdrachtgever en het projectteam, om de bijdrage van communicatie aan het project vast te leggen en te verantwoorden.

Het plan wordt ook geschreven voor projectteam en de communicatieverantwoordelijken als leidraad voor de uitvoering. Voor de uitvoering worden deelplannen en actieplannen ontwikkeld, gebaseerd op de kaders die het communicatieplan stelt.

Raamwerk en ideeën voor een vliegende start

Dit document geeft handvatten om in korte tijd een communicatieplan te ontwikkelen voor de implementatie van EKD.NL in uw organisatie. Het is een hulpmiddel om alle aspecten van communicatie rond de invoering in kaart te brengen en tot een realiseerbaar plan op maat te komen.

Het EKD-systeem is centraal ontwikkeld en wordt decentraal geïmplementeerd. De input voor het lokale communicatieplan komt daarom van twee kanten:

1. Stichting EKD.NL levert via de website, nieuwsbrief en kwartaalbijeenkomsten informatie over het systeem, de voortgang van de centrale ontwikkeling, teksten, werkbestanden, presentaties en handleidingen.
2. Het projectteam dat verantwoordelijk is voor de implementatie in uw organisatie, bepaalt welke communicatie nodig is om de projectdoelen te halen. Bijvoorbeeld tijdig informeren van gebruikers en andere medewerkers over het systeem, de veranderingen en de opleidingen.

Het generiek communicatieplan is zo opgezet dat u gebruik maakt van wat centraal is ontwikkeld op een manier die lokaal past.

Een maatwerk communicatieplan volgens dit raamwerk bevat vijf hoofdstukken:

1. Uitgangspunten
2. Strategie
3. Instrumenten
4. Begroting
5. Actieplannen

De hoofdstukken worden op de volgende pagina's behandeld, afgesloten met tips en een tabel om er zelf mee aan de slag te gaan.

Tot slot, en wellicht ten overvloede, dit document is een handreiking. Het is staat ieder projectteam vrij om er wel of geen gebruik van te maken.

1 UITGANGSPUNTEN

Wat is EKD.NL? Waarom voert de JGZ het in en waarom doet onze organisatie daaraan mee? Wie gaan ermee werken? Wanneer krijgen we ermee te maken? Wat betekent dat voor het werk? En voor de organisatie? En voor onze klanten?

De antwoorden op deze vragen vormen de uitgangspunten voor het volgende hoofdstuk over de communicatiestrategie.

1.1 Landelijke uitgangspunten

De jeugdgezondheidszorg in Nederland krijgt één gemeenschappelijk elektronisch kinddossier voor alle kinderen van 0 tot 19 jaar: EKD.NL. Hierin krijgen circa 3,8 miljoen personen een dossier over hun gezondheid, waarbij de privacy is gewaarborgd. Het EKD wordt centraal ontwikkeld en beheerd.

EKD.NL vervangt vanaf januari 2008 geleidelijk de papieren dossiers en de bestaande lokale EKD-systemen. De organisaties in de jeugdgezondheidszorg zijn verantwoordelijk voor de implementatie in hun organisatie. Zij hebben zich gecommitteerd aan een snelle invoering omdat de urgentie algemeen wordt ervaren.

Artsen, verpleegkundigen en consultatiebureau-/doktersassistenten in de jeugdgezondheidszorg gebruiken het EKD.NL bij elk contactmoment voor registratie en informatie. Het EKD-systeem draagt bij aan de ambitie dat er in de jeugdgezondheidszorg geen kind buiten beeld raakt.

Stichting EKD.NL is opgericht om te zorgen dat het EKD-systeem er zo snel mogelijk komt en wordt beheerd. De oprichters van Stichting EKD.nl zijn GGD Nederland en ActiZ, met steun van de Vereniging Nederlandse Gemeenten (VNG). Het ministerie van VWS is subsidieverstrekker. Aanleiding is het besluit van VWS om te komen tot één landelijk gemeenschappelijk EKD.

EKD.NL is hét elektronisch dossier over de gezondheid van de kinderen van Nederland.

Deze landelijke uitgangspunten betekenen voor de ontwikkeling van het lokale communicatieplan:

- Over wat centraal is geregeld, wordt centraal gecommuniceerd; over wat decentraal is geregeld, wordt decentraal gecommuniceerd.
- EKD.NL faciliteert de communicatie over lokale implementatie met generieke content en werkbestanden, beschikbaar via www.ekd.nl.

1.2 Lokale uitgangspunten

De implementatie van het centraal ontwikkelde EKD.NL verloopt in elke organisatie anders vanwege lokale verschillen, bijvoorbeeld:

- Vertrekpunt: papieren dossier of eigen lokaal EKD
- Geschiktheid van de ICT-infrastructuur
- Computervaardigheden van de toekomstige gebruikers
- Aantal gebruikers die het EKD-systeem gaan gebruiken
- Aantal locaties waarop gebruikers werken
- Of en zo ja de wijze waarop EKD.NL tijdens huisbezoeken wordt gebruikt
- ... en vele andere punten die om een maatwerkbenadering vragen.

De projectleider voor de implementatie in uw organisatie neemt het voortouw in het ontwerp van het implementatietraject. Hij of zij is de belangrijkste sparringpartner om tot een effectief communicatieplan te komen.

De projectleider levert input over:

- Context en aanleiding: waarom gaat de organisatie met EKD.NL werken?
- Projectdoelstelling: welke resultaten moet worden behaald?
- Projectorganisatie: wie doet wat; wat wordt er van 'communicatie' verwacht en welke ondersteuning heeft u als communicatieverantwoordelijke nodig van het team?
- Projectplanning: wat gaat er gebeuren, wie raken er betrokken en wanneer?

De achtergronden bij deze vragen vindt u uitgewerkt in het generiek implementatieplan, beschikbaar via www.ekd.nl.

1.3 Om zelf te schrijven: Uitgangspunten

Tips:

- De onderstaande tabel is een hulpmiddel. Presenteer de inhoud niet in tabelvorm, maar in de opmaak van een notitie.
- Elk onderdeel staat voor een paragraaf in het hoofdstuk. Schrijf de inhoud vanuit de vragen in de tweede kolom.
- Beschrijf alleen uitgangspunten die bepalend zijn voor de communicatiestrategie (in het volgende hoofdstuk), zoals beschreven in het volgende hoofdstuk. Check de samenhang tussen beide hoofdstukken op basis van de conceptversies.
- Raadplegen van bronnen: landelijke uitgangspunten zijn te vinden op www.ekd.nl. Lokale uitgangspunten zijn te vinden in het lokale invoeringsplan. Stem de uitgangspunten uiteindelijk af met de projectleider op basis van een concepttekst.

Onderdeel	Inhoud	Bron	Betrekken
Aanleiding	Waarom wordt EKD.NL ingevoerd?	EKD.NL lokaal projectplan	
EKD.NL	Wat is EKD.NL en hoe gaat het werken?	EKD.NL lokaal projectplan	
Impact	Wie gaan er werken met EKD.NL? Wat betekent EKD.NL voor de werkwijze en dienstverlening?	EKD.NL en lokaal projectplan	Projectleider lokale implementatie
Projectdoelstelling	Wat is de opdracht van de lokale projectgroep?	Lokaal projectplan	Projectleider lokale implementatie
Projectaanpak	Wat gaat de projectgroep doen?	Lokaal projectplan	Projectleider lokale implementatie
Projectorganisatie	Wie zijn er bij betrokken en wat betekent dat voor de organisatie van de communicatie?	Lokaal projectplan	Projectleider lokale implementatie; leden projectgroep; verantwoordelijken voor interne kanalen
Projectplanning	Wanneer gaat het gebeuren? Wat zijn belangrijke mijlpalen? Wanneer wordt er iets van de gebruikers verwacht?	Lokaal projectplan	Projectleider lokale implementatie Verantwoordelijke voor opleidingen

2 STRATEGIE

Hoe kan communicatie in de verschillende fasen bijdragen aan het succes van het project? Wat is de communicatiedoelstelling? Wat is de kernboodschap en wat zijn de specifieke boodschappen voor de verschillende belanghebbenden?

De antwoorden op deze vragen zijn bepalend voor het hoofdstuk over de communicatie-instrumenten dat na dit hoofdstuk volgt.

Elke projectfase vraagt een eigen focus in communicatie. De landelijke communicatiestrategie gaat uit van de volgende fasen, als voorbeeld:

- **Vorbereiding (van medio 2006 tot maart 2007)**
Bekendheid van de stichting en haar doelstelling en positie, en het managen van de verwachtingen onder de toekomstige klanten.
- **Aanbesteding (van oktober 2006 tot april 2007)**
Transparante communicatie vanuit de stichting is erop gericht te informeren over de voortgang, het vertrouwen in de stichting te versterken en de toekomstige klanten voor te bereiden op de implementatie die binnenkort start.
- **Implementatie (van maart 2007 tot januari 2009)**
Communicatie vanuit de stichting is gericht op tijdige, heldere informatie over de ondersteunende producten en diensten die de stichting levert aan de organisaties om hun implementatie te ondersteunen. Verder communiceert de stichting over de voortgang op andere terreinen, waaronder de ontwikkeling van het EKD-systeem, de vernieuwing van de Basis Dataset (BDS) en de toekomstige bredere gebruiksmogelijkheden door koppelingen met andere systemen.
- **Beheer (vanaf oktober 2007)**
Communicatie draagt bij aan een transparante, interactieve relatie met de klanten van EKD.NL. De grote wederzijdse afhankelijkheid van de stichting en de organisaties komt tot uitdrukking in interactieve communicatie. Belangrijke momenten zijn de bijeenkomsten van verschillende klankborden, samengesteld uit gebruikers (artsen, verpleegkundigen, doktersassistenten), panel techniek (beheerders decentraal), beleidsteam (beleidsmedewerkers van VNG, ActiZ, GGD Nederland met open stoelen voor RIVM, NICTIZ en CIBG) en expertpanel (wetenschappelijk panel t.b.v. beheer van de BDS, Informatiebank en werkprotocol). Gebruikers kunnen een beroep doen op het adviesteam.
- **Gebruik (vanaf januari 2008)**
Communicatie is in deze fase vooral gericht op het gebruik tijdens contactmomenten door de gebruikers: artsen, verpleegkundigen en doktersassistenten. In de communicatie met gebruikers wordt aandacht besteed in hun communicatie met ouders en kinderen over het EKD. De stichting stelt hiervoor werkbestanden (teksten, logo's en beeldmateriaal) beschikbaar.
- **Nieuwe release (medio 2008)**
Communicatie rond nieuwe releases is gericht op bekendmaking van de toegenomen functionaliteit en vergroting van het bereik van EKD.NL buiten de JGZ en op implementatie van de nieuwe release. Bij koppeling met andere systemen komen nieuwe doelgroepen in beeld.

- Einde ontwikkelproject (voor januari 2009)
Communicatie vanuit de stichting richt zich rond deze mijlpaal op de behaalde resultaten: de samenwerking binnen de sector die het EKD mogelijk maakt, het systeem dat elektronische dossiervorming mogelijk maakt, de geslaagde uitrol binnen de JGZ, de verankering van het EKD in de sector via klankbordgroepen, panels en het beleidsteam.
Het accent verschuift in aanloop naar deze verandering van projectcommunicatie naar corporate communicatie. De focus ligt op ontwikkeling en onderhoud van bestendige relaties met alle betrokken partijen.

Communicatiedoelstelling

De landelijke communicatiedoelstelling is het project op vier manieren te ondersteunen:

- Informeren: wat gaat er veranderen en wanneer?
- Overtuigen: draagvlak verwerven door transparant te zijn, te betrekken, in te gaan op vragen en successen te communiceren.
- Samenwerken: concreet, helder en tijdig communiceren om de samenwerking met klanten en partners te ondersteunen.
- Legitimeren: EKD.NL tonen vanuit zijn maatschappelijk belang en de waarde voor individuele kinderen en ouders.

Kernboodschap

EKD.NL is het gemeenschappelijk elektronisch kinddossier van de jeugdgezondheidszorg in Nederland. Alle kinderen van 0 tot 19 jaar krijgen hierin een dossier met gegevens over hun leefomgeving, ontwikkeling en gezondheid, waarbij de privacy is gewaarborgd. Zorgprofessionals in de jeugdgezondheidszorg zullen EKD.NL gebruiken bij elk contactmoment voor registratie en informatie. EKD.NL draagt bij aan de ambitie dat er geen kind buiten beeld raakt.

Boodschap per fase en per doelgroep

Vanuit de kernboodschap worden gerichte boodschappen geformuleerd per fase.

2.1 Lokale strategie

De lokale strategie kent ander spelers en doelgroepen, maar kan volgens hetzelfde principe worden opgezet als de landelijke strategie.

Het communicatieplan ondersteunt de invoering van het EKD en is daarom vooral intern gericht. Daarnaast zijn ook externe doelgroepen van belang, want naast de jeugdgezondheidszorg zijn er binnen de Thuiszorg- en GGD-organisaties meer afdelingen die met kinderen werken. Bij gebruik van de UZI-pas voor authenticatie worden ook andere afdelingen binnen de organisatie geraakt. Ook de gemeente, vanwege financiering en inrichting maatwerk, en de scholen (waar de schoolarts gaat werken met EKD.NL)

2.2 Om zelf te schrijven: Strategie

Tips:

- De onderstaande tabel is een hulpmiddel. Presenteer de inhoud niet in tabelvorm, maar in de opmaak van een notitie.
- Elk onderdeel staat voor een paragraaf in het hoofdstuk. Schrijf de inhoud vanuit de vragen in de tweede kolom.
- Neem alleen de strategische overwegingen uit het landelijke communicatieplan over (zie voorgaande de tekst in dit hoofdstuk) die relevant zijn voor het lokale project.

- Stel vast op basis van het lokale invoeringsplan welke fasen het invoeringstraject kent en wat in elke fase van belang is voor communicatie met alle belanghebbenden.
- Formuleer per fase een communicatiestrategie die voldoende richting geeft aan de keuze van kanalen en middelen.

Onderdeel	Boodschap	Bron	Betrekken
Projectfasen en communicatiefocus	Uit welke fasen bestaat de invoering? Wie en wat bepalen het succes in elke fase? Wat betekent dat voor de focus van de communicatie?	Implementatieplan van de eigen organisatie Communicatieplan van EKD.NL	Projectgroep
Communicatie-doelstelling	Hoe draagt communicatie bij aan het resultaat van het project?	Implementatieplan van de eigen organisatie Communicatieplan van EKD.NL	Projectgroep
Kernboodschap	Welke boodschap is voor alle doelgroepen van belang gedurende het project?	Communicatieplan van EKD.NL Implementatieplan van de eigen organisatie	Projectgroep
Boodschappen per doelgroep en fase	Wat zijn de specifieke belangen van de verschillende doelgroepen in de verschillende fasen? Welke boodschap draagt bij aan hun acceptatie en betrokkenheid?	Implementatieplan van de eigen organisatie Communicatieplan van EKD.NL	Projectgroep

3 INSTRUMENTEN

Welke communicatiekanalen gebruiken we om leidinggevenden, gebruikers en andere belanghebbenden bereiken? Welke communicatiemiddelen zetten we daarop in? Volgens welke planning doen we dit? Wie voert het uit?

De antwoorden op deze vragen vormen de uitgangspunten voor het hoofdstuk over de begroting, dat na dit hoofdstuk volgt.

3.1 Landelijke instrumenten

U hoeft niet alles zelfs te bedenken en te ontwikkelen. Tijdens de implementatieperiode bieden website, nieuwsbrieven, landelijke bijeenkomsten en het adviesteam van de stichting de nodige ondersteuning.

EKD.NL stelt via de website teksten (voor nieuwsbrieven), logo's, presentaties en factsheets (alleen digitaal) beschikbaar. In een aantal gevallen kunt u volstaan met verwijzing naar www.ekd.nl, bijvoorbeeld vanwege de FAQ die daar wordt bijgehouden.

Een deel van de teksten is direct klaar voor gebruik, bijvoorbeeld over landelijke ontwikkelingen rond EKD.NL. Een aantal andere teksten bieden materiaal voor eigen nieuwsbrieven, intranet en presentaties.

3.2 Lokale instrumenten

Uw organisatie beschikt over kanalen die directe toegang geven tot de zorgprofessionals en andere doelgroepen die voor de invoering van EKD.NL van belang zijn. Deze kanalen die voor de ontvangers vertrouwd zijn, bieden een gunstige context aan de boodschap.

Stichting EKD.NL voorziet de redacties van websites en periodieken, maar ook de projectleiders en communicatieverantwoordelijken van nieuwsberichten die voor hun doelgroepen interessant of belangrijk zijn. Zij worden uitgenodigd zich daartoe te abonneren op de nieuwsbrief Update.

De communicatieverantwoordelijken ontvangen, eventueel via de projectleiders die de lokale implementatie begeleiden, een generiek communicatieplan om de interne communicatie en de communicatie binnen de lokale keten op een gestructureerde wijze aan te pakken. Het communicatieplan is gebaseerd op het generiek implementatieplan dat vanaf maart 2007 beschikbaar is gesteld aan de projectleiders. Voor de uitvoering kunnen zij gebruik maken van werkbestanden, zoals teksten, afbeeldingen en presentaties die via www.ekd.nl beschikbaar worden gesteld.

De projectleiders of communicatieverantwoordelijken van de JGZ-organisaties zijn zelf verantwoordelijk voor de inzet van de eigen kanalen richting medewerkers en lokale ketenpartners, volgens een eigen communicatieplan en -planning.

3.3 Om zelf samen te stellen: Instrumenten

Tips:

- Het hoofdstuk Instrumenten kan gepresenteerd worden in de vorm van de onderstaande tabel, anders dan de inhoud van de voorgaande hoofdstukken.
- Gebruik bij het invullen van de kolom Bereik de lijst van personen binnen de organisatie die door de invoering en het gebruik van EKD.NL worden geraakt. Zie hoofdstuk Uitgangspunten.

- Gebruik bij het invullen van de kolom Timing het overzicht van projectfasen, waarin de communicatiestrategie per fase wordt vermeld. Zie hoofdstuk Uitgangspunten. Communiceer tijdig, dit vergroot de acceptatie van de boodschap.
- Gebruik bij het vullen van de kolom Inhoud de beschrijving van boodschappen per fase en per groep belanghebbenden en toets die daarna aan de kernboodschap uit het hoofdstuk Strategie.
- Kies kanalen die de beste dekking hebben onder de doelgroep (want u wilt iedereen bereiken) en die door de doelgroep als het meest hoogwaardige worden ervaren (want het EKD grijpt in op het dagelijks werk van de gebruikers; berichten daarover zijn dus erg belangrijk). Een voorbeeld van een hoogwaardig kanaal is een presentatie geven en vragen beantwoorden tijdens het teamoverleg van een groep gebruikers.
- Wat u invult bij de kolom Inhoud is gebaseerd op de communicatiefocus per fase en de boodschappen per doelgroep (let daarbij op de samenhang met wat u invult in de kolommen Timing en Bereik).

B/Z	Instrument, actie	Boodschap	Timing	Bereik
B	Klankbordgroep, iandelijk			
B	Landelijke kwartaalbijeenkomsten		Ca. maart, juni, september, december	Projectleider, projectgroep
B	Website www.ekd.nl	Nieuws, achtergrond, tools en templates voor implementatie	continu	Alle belanghebbenden
B	Landelijke nieuwsbrief Update		Elke eerste week van de maand; niet in augustus	
B	Logobestanden EKD.NL			
B	Persberichten landelijke voortgang			
B	Uitnodigingen kwartaalbijeenkomsten			Projectleider
B	Perswoordvoering landelijke implementatie			
B	FAQ op internet		continu	Projectleider, Projectgroep, gebruikers
B	PPT-presentatie introductie			
B	PPT-presentatie implementatie			
B	Factsheet introductie			Projectgroep en gebruikers
B	Factsheet implementatie			Projectgroep en gebruikers
B	Adviesteam		Vanaf februari 2007	Projectgroep en gebruikers

B/Z	Instrument, actie	Boodschap	Timing	Bereik
B	Poster implementatie EKD.NL		Vanaf maart 2007	Gebruikers, medewerkers
B	Factsheet EKD.NL-Verwijsindex		Vanaf maart 2007	Projectgroep, gebruikers
B	Factsheet BSN			Projectleider
B	Factsheet Basis Dataset			
B	Factsheet UZI-pas			Projectleider
B	Factsheet privacy en wetgeving			
B	Persberichten over landelijke ontwikkelingen			
B	Korte film over werking EKD.NL			
B	Bijeenkomsten met gebruikersgroepen, landelijk			
B	Factsheet FAQ gebruikers			Gebruikers, projectgroep
Z	e-mailadres projectgroep		continu	
B	Demoversie van het EKD-systeem		juni	Gebruikers tijdens presentaties
Z	Interne nieuwsbrief		2x voor de zomer; daarna maandelijks	Alle medewerkers, met name gebruikers
Z	Uitleg tijdens teamvergaderingen van toekomstige gebruikers			
B	Presentatie voor gebruikers (bezoek teamvergaderingen)			
B	Congres EKD.NL		September 2007	Bestuur en beleid JGZ; gebruikers en publiek
Z	Kick-off meeting, lokaal			Gebruikers van de JGZ-organisatie
Z	Uitnodiging gebruikersopleiding			
Z	Intranet	Nieuws over opleidingen	continu	gebruikers
B	Handleiding voor gebruikers			
Z	Opleiding gebruikers verzorgen			Gebruikers
Z	Interne helpdesk gebruikers		Continu vanaf opleidingsperiode	

B/Z	Instrument, actie	Boodschap	Timing	Bereik
B	Gedrukte nieuwsbrief		1 maand voor nieuwe release	Gebruikers, projectgroep
Z	Perswoordvoering lokale implementatie			
B	Folder voor ouders en jeugdigen		1 maand voor ingebruikname	

B/Z: (B) Is of komt beschikbaar vanuit Stichting EKD.NL of wordt (Z) door de JGZ-organisatie zelf produceert of geleverd.

4 COMMUNICATIEBEGROTING

Wat kost communicatiebegeleiding binnen het project? Wat kost de ontwikkeling en inzet van communicatie-instrumenten?

De antwoorden op deze vragen zijn mede bepalend voor de inzet van communicatie. Specificeer de kosten per onderdeel, zodat u samen met de projectleider kan vast stellen welke communicatie-inzet de investering waard is.

ActiZ en GGD Nederland publiceren op hun websites een rekenmodel voor invoering van EKD.NL, wat behulpzaam kan zijn bij het opstellen van de communicatiebegroting.

De inhoud van onderstaande tabel is uitsluitend bedoeld als voorbeeld. Uw uiteindelijke invulling van de tabel wordt bepaald vanuit uw communicatieplan.

Project	Communicatiemiddelen en personele inzet	Bedrag	Subtotaal
Communicatie-begeleiding en redactie			
Kick-off meeting	Uitnodiging		
	Zaalhuur en faciliteiten		
	Informatiemap		
Interne nieuwsbrief	Drukken		
	verspreiden		
Uitnodiging opleidingen			
Presentaties verzorgen aan teams	Organisatie en planning		
	Presentaties verzorgen		
	Informatiemateriaal		
		Totaal	

5 ACTIEPLANNEN

En nu concreet: welke resultaten willen we, wanneer, welke acties zijn daar voor nodig? En wie doet het?

Het is aan te raden om het communicatieplan en de actieplannen los van elkaar te zien.

Het plan

Het communicatieplan beschrijft de uitgangspunten, strategie en instrumenten. Het doel is te komen tot een heldere, doelmatige en eenduidige communicatie tijdens de implementatieperiode.

De planning

Onderdelen van het communicatieplan kunnen worden uitgewerkt in gedetailleerde actieplannen. Bijvoorbeeld om alle medewerkers voor 1 mei te informeren over EKD.NL via het personeelsblad, of om in november kick-off meetings te organiseren waarmee u alle gebruikers van het systeem bereikt.

Voor actieplannen geldt: hoe concreter, hoe beter.

5.1 Zelf actieplannen opstellen

Tip:

- Een manier om actieplannen te maken is afgebakende resultaten te definiëren en daarbij de start en afronding van acties te plannen, inclusief de inschakeling van anderen.

Het onderstaande is slechts een eenvoudig voorbeeld:

Resultaat: alle medewerkers in april 2007 geïnformeerd via het personeelsblad

Activiteit	Start	Einde	Betrekken
Voorstel in het team	25 maart		team
Overleg met de redacteur van het personeelsblad		30 maart	redacteur
Tekst schrijven	31 maart	2 april	
Afstemmen binnen team en aanleveren	3 april	5 april	Team, redacteur
Publicatie van het artikel in editie van april	12 april		

Resultaat: kick-off meetings voor alle gebruikers gehouden in november 2007

Activiteit	Start	Einde	Betrekken
Etc.			