

BIJLAGE 6 LIJST ONDERWERPEN COMMUNICATIEADVIES

In het communicatieadvies wordt een verband gelegd tussen de organisatiedoelstellingen, het vraagstuk, de communicatiedoelstellingen, de beoogde doelgroep en de voorgestelde aanpak.

Een communicatieadvies kan in de vorm van een communicatiestrategie, (campagne)concept, analyse, communicatiekalender, contentstrategie, communicatieplan of kanalenstrategie worden opgeleverd.

Onderdelen hiervan kunnen zijn:

- a. een omgevings- of krachtenveldanalyse, een doelgroep analyse of een media-analyse;
- b. een visie van opdrachtnemer op het communicatievraagstuk. De opdrachtnemer beschrijft de samenhang tussen het vraagstuk, de doelstelling, de omgeving of doelgroep en reflecteert daarop.
- c. een communicatiestrategie waarin de opdrachtnemer voorstellen doet om de opdracht te realiseren, inclusief onderbouwing.
- d. een creatief concept: een uitwerking van de voorgestelde strategie in tekst en beeld met verschillende toepassingsmogelijkheden. Een beknopte (kern)boodschap – in de vorm van een pay off of motto – maakt hier tenminste onderdeel van uit.
- e. een middelenmix: een beschrijving van de voorgestelde in te zetten middelen en kanalen. Waar mogelijk houdt de opdrachtnemer daarin ook rekening met bestaande middelen en kanalen en geeft een visie/advies over hoe deze in te zetten. Daar aan gekoppeld levert de opdrachtnemer een globale planning en begroting voor de productie en inzet van middelen, uitingen of activiteiten.
- f. onderbouwing van gemaakte keuzes met theorie en modellen uit de wetenschap en/of in de praktijk bewezen aanpakken.