

Notitie Communicatieplan Stimuleringsactie

Via de Nota van Inlichtingen zijn verschillende vragen gesteld rondom communicatie, werving en rolverdeling daarvan. Via deze notitie geven we hier graag meer richting aan.

- Slim&Schoon Onderweg is een [meerjarig programma](#) van waaruit doorlopend wordt gecommuniceerd. Zo heeft Slim & Schoon Onderweg een actief [LinkedIn kanaal](#) en een [website](#). Ook het deelproject A12 Slim Reizen heeft een actief [LinkedIn kanaal](#) en een eigen [website](#). Op al deze kanalen delen we doorlopend informatie over onder andere acties die vanuit het programma worden aangeboden. De nu uitgevraagde stimuleringsactie maakt onderdeel uit van het totaalprogramma.
- Slim & Schoon onderweg en A12 Slim Reizen zijn afzender van de uitingen rondom deze en andere acties. Van Inschrijver wordt dan ook verwacht dat hij logo's, en look and feel van voorgenoemde gebruikt.
- In deze aanbesteding vragen we naar ervaring met challenges en probeeracties. Wij gaan er vanuit dat Inschrijver beschikt over bijvoorbeeld teksten en beeldmateriaal direct gekoppeld aan de challenge en probeeractie.
- De stimuleringsactie is in onze ogen het meest succesvol, wanneer we in co-creatie het communicatieplan ontwikkelen en de verschillende uitingen naadloos op elkaar aansluiten. We zien voor ons dat de verschillende communicatie-uitingen in afstemming tussen Inschrijver en Opdrachtgever worden opgesteld.
- In onze communicatieaanpak onderkennen we op voorhand twee communicatiestromen richting doelgroepen.
 - Voor het gehele gebied is dit in de initiële projectperiode gericht op werkgevers en hun werknemers.
 - Daarnaast specifiek in het A12-gebied ook gericht op individuele deelnemers.
- Werving van deelnemers vergt een gezamenlijke inspanning. Opdrachtgever zet algemene communicatie in ten behoeve van de actie, waaronder een campagne op LinkedIn, een landingspagina op de website, een uitdeelactie en informatievoorziening aan werkgevers. Communicatie gericht op de directe werving van deelnemers, zoals een gedegen aanmeldpagina en teksten rondom aanmelding vallen onder de verantwoordelijkheid van Inschrijver. In kwaliteitscriterium A dagen we Inschrijver uit om aan te geven hoe hij Opdrachtgever ontzorgt bij het werven van deelnemers. Daar verwachten we in de aanbieding een gerichte aanpak op.
- Wij verwijzen in de basis naar het Programma van Eisen, meer specifiek naar: P.6, P.11, P.12, C.11, C.18, C.19, C.20, V.10, O.4 en O.5. Eis P.11 en C.19 worden hierbij aangevuld: PR en promotie ten behoeve van werving door Inschrijver is niet alleen gericht op de deelnemer, maar ook op werkgevers.
- Daarnaast heeft Inschrijver de ruimte om bij de uitwerking van kwaliteitscriterium A. Ontzorging naar eigen inzicht invulling geven aan:
 - Opdrachtgever ontzorgt bij o.a werving van voldoende deelnemers
 - In de vormgeving van de tools gebruik kan maken van logo's en opmaak van resp. Slim een Schoon Onderweg en A12 Slim Reizen
 - Communicatie ten behoeve van de werving en actiefase inricht.

Onderstaande tabel geeft illustratief aan hoe de rolverdeling er in de praktijk uit kan zien:

	Inschrijver	Opdrachtgever
Voorfase		<ul style="list-style-type: none"> • LinkedIn berichten met aankondiging actie. • Landingspagina opzetten website A12 SR en website Slim & Schoon
Opstart	<ul style="list-style-type: none"> • Content aanleveren voor berichten, website, e.d. (tekst beeld, video). • Advies en input ten behoeve van de communicatie. Ontwikkelen en beheren gedegen aanmeldpagina en opstellen teksten aanmelding. 	<ul style="list-style-type: none"> • Plaatsen van berichten op LinkedIn kanalen Slim&Schoon en A12 SR. • Eventueel adverteren via social media of in huis aan huis bladen • Vaststellen communicatieplan stimuleringsactie.
Werving	<ul style="list-style-type: none"> • Eis: “Inschrijver verzorgt PR/ promotie ten behoeve van directe werving van deelnemers en werkgevers” Door: <ul style="list-style-type: none"> ○ Content aanleveren voor opstellen wervingsmaterialen zoals flyers, posters etc. voor zowel individuele deelnemers als werkgevers ○ Direct contact leggen met potentiële werkgevers en deelnemers via werkgevers voor het interesseren in deelname. ○ Verspreiden van wervingsmaterialen binnen werkgevers • Kwaliteitscriterium: “Opdrachtgever ontzorgt bij o.a werving van voldoende deelnemers” → In te vullen door Inschrijver bij kwaliteitscriterium A. Onderdeel hiervan is in ieder geval de wijze waarop bedrijven worden benaderd. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reguliere activiteiten van mobiliteitsmakelaars vanuit bestaande CRM lijst. • Opstellen wervingsmaterialen zoals flyers, posters etc. en laten drukken van materialen (tenzij anders aangeboden in de kwalitatieve aanbieding). • Organisatie algemene communicatie ten behoeve van werving. Verspreiding algemene communicatie.
Uitvoering	<ul style="list-style-type: none"> • Verantwoordelijk voor directe communicatie aan deelnemers via eigen platform 	<ul style="list-style-type: none"> • Input leveren voor communicatie op platform van Inschrijver. • Publiekscommunicatie over de actie
Nazorg	<ul style="list-style-type: none"> • Verantwoordelijk voor directe communicatie deelnemers via platform 	<ul style="list-style-type: none"> • Input leveren voor communicatie op platform van Inschrijver. • Publiekscommunicatie over de actie

