



Gemeente  
Woudenberg



**Youké**  
sterke jeugd

<b>Rapportage ontwikkeltafel organisatieontwerp</b>		<b>Datum: 06-04-2017</b>				
Naam project		Coöperatie De Kleine Schans				
Thema		Communicatie				
<b>1. Inleiding</b>						
<p>Voor deze geheel nieuwe organisatie zullen een hoop vragen eerst beantwoord moeten worden voordat gestart kan worden met het formuleren van een passende communicatieaanpak. De positionering als coöperatie, de doelen op korte en lange termijn moeten eerst helder alvorens er voor de juiste communicatieaanpak gekozen kan worden. Bij communicatie gaat het om imago, uitstraling, het van binnen uit naar buiten toe uitstralen wie je als organisatie bent en wat je doet. Deze communicatieaanpak zal dan ook samen met de nieuwe medewerkers en bestuurders van de coöperatie opgesteld moeten worden. Team communicatie van de gemeente kan de coöperatie hierbij ondersteunen, adviseren en faciliteren.</p>						
<b>2. Doel van het besluit</b>						
<p>Er is besloten een procesvoorstel te schrijven waarbij eerst een aantal stappen moeten worden doorlopen om tot een juiste communicatieaanpak te komen. In de bijlage zit het procesvoorstel waarin de stappen beschrijven om tot een passende communicatieaanpak te komen. Hiermee bereiken we dat er de juiste keuzes worden gemaakt in de communicatie om zo met de communicatie bij te dragen aan het gewenste imago en de gewenste identiteit van de coöperatie.</p>						
<b>3. Omschrijving huidige situatie</b>						
<p>In de bijlage hebben we de huidige situatie beschreven. Deze is te uitgebreid om hier kort te formuleren. In het kort: Er ligt nu een communicatieplan voor het sociaal domein van 2015 waarin doelen zijn geformuleerd voor 2015 en 2016. Daarnaast is er een analyse gemaakt van de huidige situatie gekeken naar doelgroepen, kernboodschap, huisstijl, communicatiemiddelen, rolverdeling, etc.</p>						
<b>4. Plan van aanpak/oplossingsrichting</b>						
<p>Het type organisatie en de manier waarop maatschappelijke partners en de gemeente samenwerken en communiceren is de basis om te kiezen voor de juiste communicatieaanpak. Dit is deels om de juiste strategische doelen te bereiken want: wat is je positie t.o.v. je stakeholders? En het is ook deels om de interne en externe kernboodschap en keuze in communicatiekanalen en middelen te bepalen. Nu de stappen worden gezet richting de oprichting van een coöperatie is er automatisch een 'gap/gat' ontstaan tussen de huidige en gewenste communicatieaanpak. Het procesvoorstel biedt een handvat om naar de gewenste communicatieaanpak te komen.</p>						
Thema	Omschrijving/doel	Actie	Trekker	Betrokken organisaties	Financiën	Wanneer gereed?

Afstemming keuzes	Meedenken met oprichting coöperatie		Yvonne/Martine	Alle stakeholders	geen	1 juli
Procesvoorstel	Komen tot communicatieaanpak		Yvonne/Martine	Alle stakeholders	n.n.t.b.	1 augustus
Opstellen communicatieaanpak	Antwoorden verwerken in communicatieplan		Yvonne	Alle stakeholders		15 augustus
Implementatie Communicatieaanpak Extern	Ontwikkeling huisstijl, inrichten nieuwe website, social media etc, implementatie huisstijl		Yvonne	Alle stakeholders	4.000 tot 15.000 euro (inschatting)	1 november
Implementatie Communicatieaanpak Intern	Kernwaarden, visie en missie laten bekijken d.m.v. sessies,, coaching rondom communicatie online/offline, coaching gericht op bedrijfscultuur.		Yvonne	Alle stakeholders	n.n.t.b.	1 september tot 1 januari 2018 (en wellicht nog later in 2018)

## 5. Argumentatie/onderbouwing

Naar aanleiding van het procesvoorstel kunnen de vervolgstappen worden genomen om te komen tot een goede communicatieaanpak

## 5. Relatie met andere thema's/ontwikkeltafels

Het uitgangspunt voor de juiste communicatieaanpak zal gebaseerd zijn op de keuzes voor het type organisatie en de keuze die hieruit voortvloeit welk gewenst imago en identiteit er bereikt dient te worden. Ook de manier waarop er samengewerkt gaat worden heeft invloed op de juiste communicatieaanpak. In feite ligt er nagenoeg op elk thema wel een relatie richting communicatie. Puntsgewijs kunnen we ze als volgt benoemen:

- **Organisatie inrichting:** Organisatiedoel vertalen naar visie, missen kernwaarden en doelen vd coöperatie (basis communicatieaanpak) -
- **Werkgeverschap:** Werkgevers/werknemers relatie (interne communicatie is essentieel in de samenwerking en aangezien dit de verwachte waarde is vd coöperatie moet hier aandacht voor zijn)
- **Organisatie inrichting:** Maatschappelijke partners en hun identiteit voorheen en de identiteit binnen de coöperatie – hoe creëren we een eigen bedrijfscultuur (interne communicatie)
- **Rol van de gemeente:** Positie t.o.v. stakeholders (positioneringsadvies, krachtenmodel, communicatiematrix)
- **Inhoudelijke opgave:** wat willen we bereiken en betekenen voor onze (eind) klant, imago, gewenste identiteit moet worden vastgesteld.

## 6. Risico's

- Tijdspad is krap om een nieuwe aanpak en huisstijl te ontwikkelen en te zorgen de interne en externe doelen te verwezenlijken.

Er is tijd nodig voor de implementatie van de gekozen communicatieaanpak. Als de coöperatie een feit zal je bepaalde zaken zo snel mogelijk willen gaan communiceren en inzetten. Het tijdsfad hiervoor achten wij krap aangezien er in feite een geheel nieuwe aanpak en bijv. huisstijl ontwikkeld moet worden. Er moeten dus goede afspraken gemaakt moeten worden over de verwachtingen rondom de inzet van communicatie en wanneer wat opgeleverd wordt.

#### **7. Financiële gevolgen**

Deze zijn nog niet in te schatten. De verandering van communicatieaanpak de nieuwe inzet van middelen en bijvoorbeeld de keuze in een nieuwe huisstijl en de bouw van een nieuwe website, de coaching van collega's etc, zal de nodige kosten met zich mee brengen. In het procesvoorstel staat een inschatting van de kosten die kunnen variëren van 4.000 euro tot en met 15.000 euro. Dit is echter maar een grove schatting en ligt helemaal aan de keuzes die gemaakt worden.

#### **8. Gevolgen voor de planning**

Zie risico toelichting.

#### **9. Gevraagde besluiten**

Instemmen met het procesvoorstel om te komen tot een communicatieaanpak

#### **10. Bijlagen**

Beschikbaar voor de projectleider:

- Procesvoorstel
- Huidige situatie