



Communicatieplan



Inhoud

Inleiding	2
Strategie	2
Communicatiedoelstellingen	2
Doelgroepen	3
Intern	3
Extern	3
Boodschap per doelgroep	4
Interne belanghebbenden	4
Interne en externe belanghebbenden	4
Communicatiemiddelen	4
Intern	4
Extern	4
Communicatie actieplan	5
Evalueren en bijsturen	6

Bijlage A - Prioritering van de doelgroepen

Bijlage B - Communicatiemodel



Inleiding

Voor u ligt het communicatieplan van Siers Groep Oldenzaal (Siers). Dit communicatieplan is opgesteld in overleg met de afdeling KAM. De communicatie is niet eenmalig, maar structureel van aard.

Het communicatieplan omvat:

- Strategie;
- Communicatiedoelstellingen;
- De doelgroepen;
- De boodschap per doelgroep;
- Communicatiemiddelen;
- Communicatieplanning; en
- Verantwoordelijken en uitvoerders.

Strategie

Het communicatieplan beschrijft naast het belang van energiemangement ook het belang van kwaliteit- en milieumanagementsysteem voor Siers. Dit plan omschrijft hoe Siers intern en extern communiceert over haar beleid en prestaties. Naast kennis moet communicatie bijdragen aan een positieve grondhouding die dan uiteindelijk moet resulteren in een gedragsverandering. De afdeling KAM is verantwoordelijk voor alle activiteiten en de te nemen acties rondom de CO₂-footprint, het kwaliteitsmanagementsysteem en milieumanagementsysteem. Hoofd KAM zorgt voor het periodiek vaststellen van veranderingen binnen de Siers Groep en de effectiviteit van de ingevoerde maatregelen. ...

De directievertegenwoordiger van KAM heeft, in samenspraak met de afdeling communicatie, de taak om aan de hand van de inhoudelijke input te bepalen welke communicatiemiddelen er ingezet moeten worden om de informatie zo effectief mogelijk bij de verschillende doelgroepen te krijgen. Daarnaast is het Hoofd KAM verantwoordelijk voor de daadwerkelijke uitvoering van het plan. Gerichte communicatie moet er enerzijds voor zorgen dat iedereen overtuigd raakt van nut en noodzaak van de plannen en anderzijds dat iedereen op de hoogte blijft van de stand van zaken.

Communicatiedoelstellingen

In dit hoofdstuk wordt benoemd wat de algemene doelstellingen t.a.v. communicatie zijn. Doelstellingen over wat wij als organisatie precies willen bereiken en wanneer wij dat willen bereiken. Hierbij is onderscheid gemaakt tussen interne en externe doelstellingen.

Algemeen: de communicatie moet bijdragen aan bewustwording (kennis) veranderingsbereidheid (houding) en vermindering (gedrag). En daarnaast zorgen voor inzicht voor alle doelgroepen en derden.



Doelgroepen

De doelgroepen zijn in twee hoofdgroepen verdeeld: interne en externe stakeholders. Stakeholders zijn betrokken partijen die belang hebben bij en/of invloed hebben op de bedrijfsvoering van Siers, ook wel belanghebbenden genoemd.

Intern

De belangrijkste interne belanghebbenden die uit de doelgroep analyse naar voren komen, vormen de doelgroep van de interne communicatie. Voor interne communicatie is het van belang dat het bedrijf doorlopend communiceert met medewerkers. Dit beïnvloedt de betrokkenheid en loyaliteit van de medewerkers. Voorwaarde voor deze communicatie is wel dat deze communicatie eerlijk, tijdig, toegankelijk en consistent is.

- Management & Directie Siers
- Medewerkers Siers
- Ondernemingsraad Siers

Extern

De belangrijkste externe belanghebbenden die uit de doelgroep analyse naar voren komen, vormen de doelgroep van de externe communicatie. Deze communicatie is gericht op de doelgroep van het bedrijf. Voor deze vorm van communicatie geldt evenals voor de interne communicatie dat deze communicatie tijdig, eerlijk, toegankelijk en consistent is. De doelgroep wordt hierbij gelezen in de breedste zin van het woord;

- Klanten/opdrachtgevers;
- Onderaannemers;
- Inhuurbedrijven;
- Leveranciers;
- Concurrenten;
- Certificerende instellingen;
- Overheden;
- Kennisinstituten
- NGO's & Stichting als SKAO
- Omwonenden (omgevingsmanagement)

Deze doelgroepen worden voor de co²-footprint verder gespecificeerd in de stakeholderlijst (normeis 2.C.3.). In deze lijst is ook aangegeven hoe hoog of laag het belang en het invloed is per stakeholder. Deze prioritering wordt toegelicht in bijlage A en in het communicatiemodel zoals weergegeven in bijlage B. Bij het communicatiemodel wordt er middels een flowchart gekeken naar de impact en de ernst van de boodschap. Deze afweging wordt gemaakt op basis van een score. De score staat in verband de te informeren stakeholders.



Boodschap per doelgroep

Interne belanghebbenden

- Individuele bijdragen voor het reduceren van CO₂-uitstoot van Siers
- Individuele bijdragen voor het verbeteren van KAM-zorgsysteem

Interne en externe belanghebbenden

- Het energiebeleid van Siers (in het energiemanagement actieplan);
- De reductiedoelstellingen van Siers (in het energiemanagement actieplan); en
- Informatie betreffende het huidige energiegebruik en trends van Siers (in een halfjaarlijkse voortgangsrapportage).
- Relevante issues m.b.t. Kwaliteit, Arbo & Milieu

Communicatiemiddelen

Elke doelgroep wordt benaderd door middel van een bepaald communicatiemiddel. Sommige doelgroepen kunnen de informatie krijgen door verschillende middelen en sommige middelen kunnen meerdere doelgroepen bereiken. Het onderstaande schema geeft aan welke communicatiemiddelen er gebruikt worden, welke doelgroep(en) deze zullen bereiken en hoe vaak er een bericht geplaatst zal worden.

Voor de energiemanagement communicatie bijvoorbeeld wordt gebruik gemaakt van de onderstaande communicatiemiddelen.

Intern

- Internetsite
- KAM-nieuwsbrief
- Intranet
- Batsje (nieuwsbrief, bedrijfsbreed)
- De Bats (Personeelsblad)
- Zo Doo'w't

Extern

- Internetsite
- Specifieke mailingen
- De Bats (Personeelsblad)
- Intranet (third party invites)



Communicatie actieplan

Boodschap	Middel	Doelgroep	Verantwoordelijke	Uitvoerder	Moment
Halfjaarlijkse CO ₂ -footprint	Internetsite	Interne en externe doelgroep	Directie	Afdeling KAM	2x per jaar
Informatie betreffende het huidige energiegebruik en trends van Siers (halfjaarlijkse voortgangsrapportage)	Internetsite	Interne en externe doelgroep	Directie	Afdeling KAM	2x per jaar
Beleid + reductiedoelstellingen (EM actieplan)	Internetsite	Interne en externe doelgroep	Directie	Afdeling KAM	1x per jaar
Maatregelen + plan van aanpak	Nieuwsbrief	Interne doelgroep	Directie	Afdeling KAM	1x per jaar
Medewerkersbijdrage t.o.v. reductie maatregelen	Nieuwsbrief	Interne doelgroep	Directie	Afdeling KAM	1x per jaar
Projecten met gunningsvoordeel (indien van toepassing)	Nader te bepalen	Interne en externe doelgroep	Directie	Afdeling KAM	Per project
Relevante zaken voor belanghebbenden (algemene communicatie)	Volgens Communicatiemodel (bijlage B)	Interne en/of externe doelgroep	Afdeling Communicatie	Afhankelijk van onderwerp	Per incident/issue/item
Toolboxen	Zo Doo'w't	Interne en/of externe doelgroep	Afdeling Communicatie Afdeling KAM	Afdeling Communicatie	1 x per maand
KAM-nieuwsbrief	Intranet	Interne en/of externe doelgroep	Afdeling KAM	Afdeling KAM	6 x per maand



Evalueren en bijsturen

Het is belangrijk om regelmatig te controleren of alle communicatie heeft plaatsgevonden en te toetsen of deze goed is overgekomen. Indien nodig kunnen zaken na deze evaluatiemomenten worden aangepast. Zo'n evaluatie zal elk jaar plaatsvinden, onder de verantwoordelijkheid van het hoofd KAM en de directievertegenwoordiger KAM (Directie).

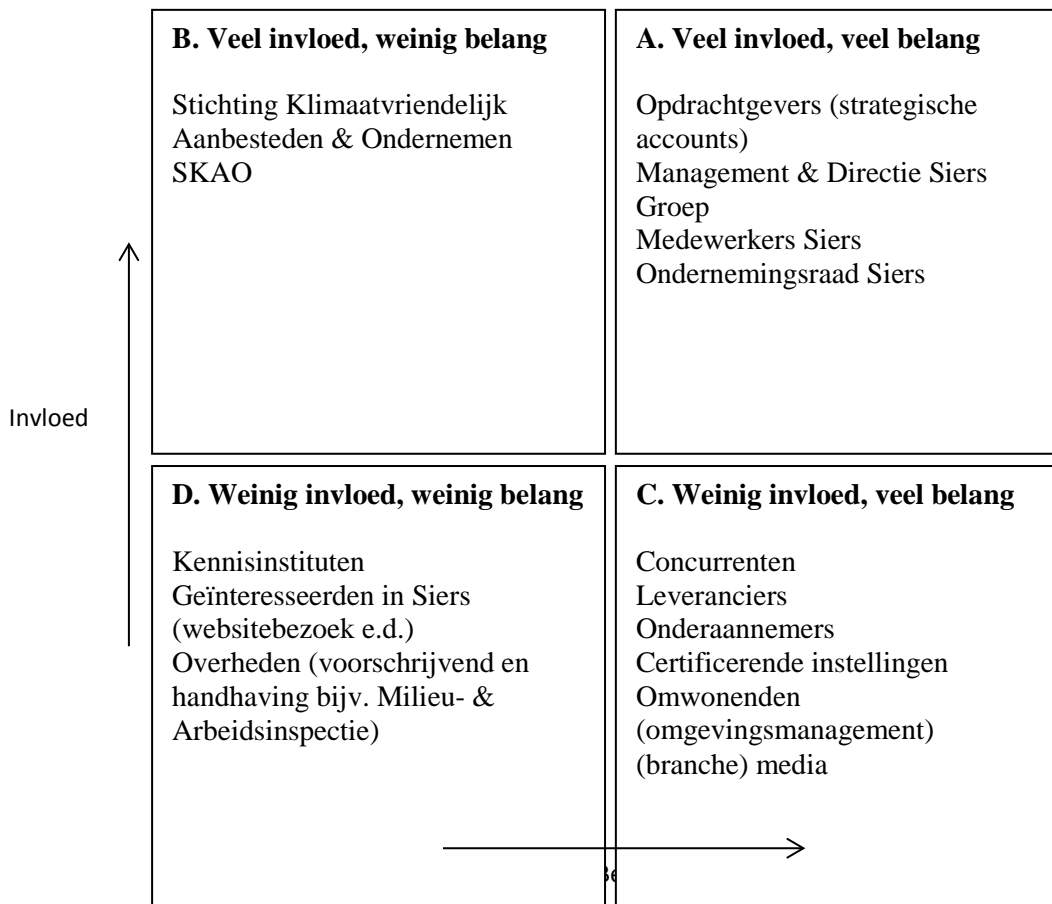


Bijlage A - Prioritering van de doelgroepen

Doelgroepen

Een doelgroep analyse is een analyse waarin alle belanghebbenden (intern én extern) van Siers staan vermeld. Wanneer bekend is met welke doelgroepen we te maken hebben, is het makkelijker om te bepalen hoe we de verschillende doelgroepen gaan benaderen.

In het onderstaande schema staan partijen die in enige mate belang hebben bij Siers. Het schema is verdeeld in kwadranten naar belang en invloed. De communicatieaanpak kan per kwadrant verschillen.



Groep A

Deze groep heeft veel invloed op en veel belang bij het beleid dat gevoerd wordt en is dan ook de belangrijkste doelgroep. Zij zullen overal van op de hoogte gehouden dienen te worden en waar nodig worden geraadpleegd. Opdrachtgevers hebben bijvoorbeeld veel belang bij de CO₂-reductie-ambitie, aangezien een hoge ambitie ook kan uitstralen naar deze klanten. De invloed is ook hoog, aangezien zij eisen kunnen stellen in de inkoopvoorwaarden. Het management de directie zijn beleidsbepalend en richtinggevend. Verantwoordelijk voor capaciteit/inzet van de medewerkers voor het behouden van certificaten.

De medewerkers behoren ook tot de belangrijkste groep, aangezien het energiebeleid van invloed is op hun dagelijkse werkomgeving. Zij hebben veel invloed op het beleid, omdat zij degenen zijn die het moeten uitvoeren en met ideeën van de werkvloer moeten komen.

De OR als vertegenwoordiger van de medewerkers en ook in haar rol als advies- en instemmingsorgaan heeft veel invloed. Bijvoorbeeld bij aanpassing van regelingen lease- en bedrijfsauto's.

Siers heeft veel invloed ten aanzien van het beleid, ambities, doelstellingen en communicatie voor werkmaatschappijen.

Groep B

In algemene zin heeft deze groep veel invloed maar weinig belang en moeten daarom tevreden gehouden worden. Wanneer er een goede relatie bestaat met de partijen uit deze groep kunnen zij hun invloed in positieve zin aanwenden.

Stichting Klimaatvriendelijk Aanbesteden en Ondernemen (SKAO) heeft bijvoorbeeld veel invloed op het CO₂-beleid van de organisatie aangezien deze stichting eigenaar is van de CO₂-prestatieladder. Het belang in de individuele organisatie is klein, zij stellen meer belang in de groep bedrijven die een ladderbeoordeling ondergaat/heeft ondergaan.

Groep C

De groep die weinig invloed, maar veel belang heeft in het energiebeleid en de reductiedoelstellingen is de grootste groep. Omdat ze niet veel invloed hebben zal deze groep niet geraadpleegd hoeven te worden bij het nemen van beslissingen, maar ze zullen wel in overweging moeten worden genomen. Bij minder belangrijke beslissingen kunnen zij wel geraadpleegd worden om goodwill te behouden. Zij zullen in elk geval goed geïnformeerd moeten blijven.

Leveranciers en onderaannemers zijn betrokken bij het energiebeleid omdat deze in kan houden dat een groot deel van deze groep ook de footprint dient aan te leveren. Dit betekent dat de mogelijkheid van zaken doen onder druk komt te staan wanneer een leverancier hier niets van wil weten. De meeste vaste leveranciers zijn echter goed gestemd over de reductie van CO₂ uitstoot en willen er graag aan meewerken.

Onder leveranciers verstaat Siers een partij die een factuur stuurt.

Een relatie kan in verschillende vormen voorkomen. Zo kan de onderaannemer van het ene project klant op een ander project zijn, en kan een klant op een bepaald project onderaannemer zijn.

Certificerende instellingen hebben er belang bij dat er goed gewerkt wordt aan het energiebeleid en dat er ambitie is om op de CO₂ prestatieladder te scoren. Dat betekent namelijk een gedeelte van hun bestaansrecht.

Omwonenden of passanten van projecten die worden uitgevoerd zijn van belang voor imago en goodwill.

Media zijn geïnteresseerd in nieuwsvergeving en kunnen worden ingezet om imago van Siers positief te beïnvloeden.



Groep D

Deze groep heeft weinig invloed maar op weinig belang en verdient dus de minste aandacht. Wel kan deze groep geïnformeerd blijven via algemene middelen zoals de website of een nieuwsbrief.

Voor non-gouvernementele organisaties en kennisinstututen geldt dat ze meer geïnteresseerd zijn in algemene trends of uitzonderlijke innovaties.

Geïnteresseerden in Siers, bijvoorbeeld websitebezoekers, voor zover niet één van de eerder genoemde doelgroepen.

Overheden (provincie, gemeenten) worden positief beïnvloed en bevestigd in hun ambities. Het imago van Siers wordt hiermee positief geladen.

Milieu-inspectie kan geïnformeerd worden. Een positief imago van Siers zal in de uitvoering of bij eventuele issues een voordeel kunnen bieden.

Arbeidsinspectie is meestal repressief en behoeft in het kader van milieu niet vooraf geïnformeerd te worden.



Bijlage B - Communicatiemodel



		I Individu	II Groep	III Gehele Organisatie
		IMPACT		
Laag I	ERNST	2	3	4
Midden II		3	4	5
Hoog III		4	5	6

Score uitleg intern

6 = iedereen
3/4/5 = t/m 4
2 = 1+2

Intern

- 1) Directie
- 2) Bedrijfsleiding
- 3) Projectleider
- 4) Uitvoerder
- 5) Voorman
- 6) Grondwerker

Score uitleg intern

Nader te bepalen.
Afhankelijk van situatie

Extern

- 1) Opdrachtgever
- 2) Onderaannemers/inhuur
- 3) Bevoegd gezag+ Overige overheidsdiensten
- 4) Omwonenden
- 5) Overige stakeholders

