

DIGITAAL LUISTEREN



Het doel

WAT WIL JE BEREIKEN?

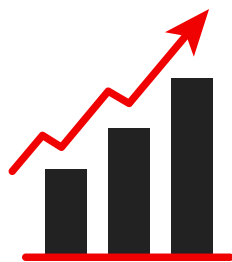
Het begint met een **opdrachtgever** en een **doel**. Wat wil je bereiken, wat moet er gebeuren? Hoe kan **communicatie** bijdragen aan dit doel? Kunnen we **meten hoe verschillende acties bijdragen** aan het behalen van de doelen?



Samenwerken

DE KENNIS AAN TAFEL

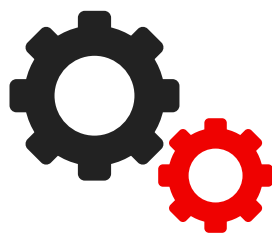
Diepgaande **kennis van een vraagstuk**, van een doelgroep en het speelveld van stakeholders, ligt vaak grotendeels bij de opdrachtgever. **Communicatie is óns vak**, kennis van media, middelen, kanalen en gedrag. Die kennis zetten **we vast aan een tafel**.



Doe en laat zien

ACTIES HEBBEN EFFECT

Tijd voor actie! Doe een aanpassing aan je website, zet een advertentie in de h-a-h of draai een Google Adwords-campagne. **Wat zie je?** Wat is het gedrag? Het **directe effect** op aantallen bezoekers, views, aanvragen, telefoontjes etc.?



Bespreek en stel bij

VOOR OPTIMAAL RESULTAAT

Wat is het effect? Wat valt op, in positieve en negatieve zin. Kun je een conclusie trekken? Waarschijnlijk niet als je net begonnen bent. Omgevingsfactoren hebben ook invloed. Daarom: **herhaal, bespreek, stel bij (meer actie), meet en breng weer naar de tafel**.



Ontdek samen wat werkt

ENKELE WAPENFEITEN

Eén keer positief effect (bijvoorbeeld veel pagina-bezoekers) maakt nog geen succes. Je hebt een doel (conversie). Dus je moet telkens terug naar de tafel. **De klantreis** van begin tot einde in beeld brengen en **sturen op effect**.

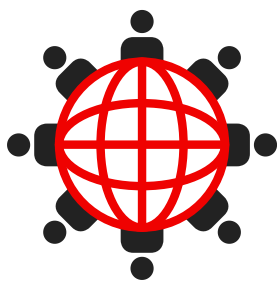
Het zichtbare **effect van communicatie**:

- 37% meer bezoekers
- 7% meer aanvragen
- 17% vermindering van een telefonische piek

Effect inzet **oriëntatiegedrag (Google/preventief)**

- in 8 weken 22 mensen naar de Stadsbank ON
- daarna in 16 weken 12 mensen (verkort formulier)

DIGITAAL LUISTEREN



Communicatie- en dienstverleningsvisie Enschede

ZORG DAT HET KLIKT

"Goede informatievoorziening blijft de basis. Die is altijd relevant voor de ontvanger, tijdig, volledig, eerlijk, begrijpelijk en uitnodigend."

"Optimale Dienstverlening is zorgen dat het klikt. Dat vraagt om de menselijke maat. We bieden gemak door informatie, producten en diensten digitaal aan te bieden. Waar nodig helpen wij. **We leren continu van de klantvraag.**"



Digitale dienstverlening

GOUDEN REGELS

Een greep uit de 10 gouden regels;

- Gebruiker Centraal (met stip op #1)
- Digitaal waar het kan, persoonlijk waar nodig
- We laten ons sturen door (gebruikers)onderzoek



Interessante links

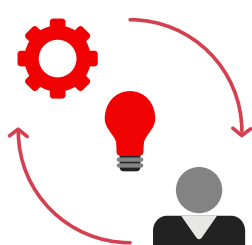
IN DE MEDIA

www.tubantia.nl/enschede/enschede-wil-schulden-te-lijf-gaan-met-gegevens-van-google-naar-lenen-zoek-je-niet-uit-nieuwsgierigheid~ad46c7e9/

www.rtvoost.nl/nieuws/335353/Losser-en-Enschede-lanceren-video-s-en-advertenties-om-mensen-met-corona-schulden-te-helpen

www.rijnmond.nl/nieuws/198971/Gemeente-Capelle-zet-Google-en-Facebook-in-om-mensen-met-schulden-te-helpen

Of... [Google](#) ;)



Inspiratie

GERRY MC GOVERN (C-DAY '18)

"Better get comfortable with technology. Get structured to receive and adapt based on customer feedback in order to stay relevant."

REINIER VAN ZUTPHEN (DIGITALE BURGERSCHAPSLEZING '19)

"Laat burgers niet verdwijnen in een digitaal bos, waar ze binnen een bepaalde tijd digitaal informatie moeten aanleveren in verschillende systemen"