

Hulpblad bij WERKBLAD7_COMMUNICATIEPLAN STAKEHOLDERS PER INTERACTIETYPE

De stakeholders bepalen mee jouw duurzame prioriteiten. Het is dus belangrijk dat je in kaart brengt wat het doel is van de communicatie, hoe vaak je communiceert, op welke manier, Onderstaande tabel geeft je een zicht op de verschillende communicatiewijzen.

Ook in deze brainstormsessie heb je de keuze om gefaseerd de oefening te maken:

- Je kan vertrekken van het WERKBLAD3_indeling stakeholders volgens belang: je bekijkt welk type van interactie de voorkeur geniet bij de stakeholders in elk kwadrant.
- Je kan dit nog verfijnen door achter elke stakeholders op WERKBLAD6_relaties met stakeholders volgens SDG's het interactietype aan te geven. Per SDG kan je dus verschillende interactietypes hebben.

Interactietype	Doel	Wanneer	Voorbeelden / vorm
INFORMATIE-VERSTREKKING	<ul style="list-style-type: none"> • Informeren van stakeholders die er behoefte aan zouden kunnen hebben • zonder de mening van deze stakeholders te achterhalen 	<ul style="list-style-type: none"> • om te informeren over het gevoerde beleid • om te informeren over bepaalde acties/activiteiten • om verantwoording af te leggen 	<ul style="list-style-type: none"> • website • folders • jaarverslagen • brieven • boodschappen via media • mondeling contact
INFORMATIE-VERZAMELING	<ul style="list-style-type: none"> • input voor besluitvormingsproces • geen beïnvloeding of actieve participatie van stakeholders 	<ul style="list-style-type: none"> • in oriënterende fase • in verkennende fase • in ontwikkelingsfase 	<ul style="list-style-type: none"> • focusgroepen • expertenpanels • surveys (consultatie) • enquêtes • interviews • bv. GoodCrowd
CONSULTATIE	<ul style="list-style-type: none"> • feedback op voorstel waarover stakeholders geïnformeerd werden • op zoek gaan naar meningen, standpunten en gevoelens van stakeholders • mogelijkheid tot inspraak • nadruk op inventariserend luisteren • om plannen bij te stellen of aan te scherpen 	<ul style="list-style-type: none"> • om beleidsvoorstel aan te scherpen via input • niet noodzakelijk verwerking van input van stakeholders 	<ul style="list-style-type: none"> • participatieve workshops • klankbordgroepen • consumentenplatforms • burgerpanels
BEGRENSDE DIALOOG	<ul style="list-style-type: none"> • om draagvlak te zoeken voor beslissingen • zoektocht naar partners bij implementatie van beleid • partners voor verdere uitwerking van de strategie 	<ul style="list-style-type: none"> • het eigenaarschap blijft liggen bij de organisatie (initiator) • overleg gewenst om fiat te krijgen voor actie/beleid/groei/... 	<ul style="list-style-type: none"> • participatieve workshops en meetings vertrekkende vanuit de initiator • hulp van een onafhankelijke derde, facilitator of mediator
OPEN DIALOOG	<ul style="list-style-type: none"> • samenwerking in een ver doorgedreven vorm • zoeken naar consensus • verregaande samenwerking in implementatie en ontwikkeling van strategie 	<ul style="list-style-type: none"> • partnerships en gedeelde verantwoordelijkheid is nodig om oplossing te vinden voor vraagstuk • gedeeld eigenaarschap 	<ul style="list-style-type: none"> • interactieve meetings met een zekere regelmaat • opbouwen van wederzijds vertrouwen • betrokkenen bepalen samen de agenda, de spelregels en het verloop

Bron: vrij naar Harris (2002)