Activiteitenplan 2021 Zeeland Veilig

Datum: 10 maart 2021

Versie 0.3

Zeeland Veilig is een initiatief van

Inhoudsopgave

Inleiding 3

1. Doelen 4
2. Doelgroepen 4
3. Strategie 5
4. Activiteiten en middelen 2021 7
5. Monitoring / evaluatie 8
6. Budget 8

Bijlage: Contentstrategie

Inleiding

2020 is een onvergetelijk jaar geworden. Zo'n jaar waarvan je nog precies weet wat je deed. Of juist niet deed. Voor veel mensen is het dagelijks leven flink veranderd en ook in 2021 hebben we nog volop te maken met de coronapandemie en de gevolgen hiervan voor de gezondheidszorg en de samenleving. Voor Veiligheidsregio Zeeland, de Zeeuwse gemeenten en talrijke partnerorganisaties blijft het alle hens aan dek om de pandemie c.q. de gevolgen te bestrijden.

Communicatieactiviteiten rondom de pandemie staan dan ook in 2021 nog met stip bovenaan onze activiteitenlijst. Daarnaast pakken we het reguliere werk weer steeds meer op. We richten ons met Zeeland Veilig op het bevorderen van zelfredzaamheid in de breedte. Door Zeeuwen bewust te maken van gevaren, passende adviezen aan te reiken en te stimuleren dat mensen zich daadwerkelijk voorbereiden en actie ondernemen als dat nodig is. En door hen bij een incident snel van de juiste informatie te voorzien en antwoorden te geven op hun vragen. Zo kunnen we met elkaar een zelfredzame samenleving bevorderen.

De hoofdlijn van Zeeland Veilig is:

- Risico- en crisiscommunicatie wordt samenhangend ingezet, waardoor enerzijds het risicobewustzijn wordt vergroot en anderzijds het effect van crisiscommunicatie wordt versterkt. Focus ligt op on- en offline dialoog en het faciliteren van zelfredzaamheid door het aanbieden van informatie, zoveel mogelijk op maat en via bij de inwoners vertrouwde kanalen;
- Vragen, zorgen, behoeften en gedrag van de inwoners en bezoekers zijn het vertrekpunt, tezamen met actualiteit. Informatie hiervoor komt uit dagelijkse online monitoring, uit input van onze partners (via hen vanuit de inwoners) en uit (wetenschappelijk) onderzoek. We werken zoveel mogelijk via een cyclische aanpak van analyse (wat leeft/speelt momenteel), advies (wat vraagt het van ons, hoe bieden we relevante informatie) en aanpak (op welke wijze handelen we effectief). Snelheid in reageren en stimuleren dialoog over veiligheid zijn belangrijke uitgangspunten;
- Centrale informatiebron is www.ZeelandVeilig.nl, het platform met informatie over gevaren in Zeeland, preventietips en handvatten voor wat te doen als er iets mis is, ondersteund door relevante sociale media (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube). Tijdens een incident bevat het platform een liveblog;
- Eén keer per jaar staat veiligheid Zeeuws-breed in de spotlights, tijdens de Zeeuwse Week van de Veiligheid (2e week oktober);
- Er is een brede Zeeuwse samenwerking tussen Veiligheidsregio, gemeenten, veiligheidspartners en andere geïnteresseerde organisaties, bedrijven en samenwerkingsverbanden: een verbonden netwerk voor risico- en crisiscommunicatie. Participanten kunnen gebruik maken van het gemeenschappelijk label *Zeeland Veilig* bij de communicatie richting inwoners en bezoekers en bouwen zo het merk *Zeeland Veilig* samen verder uit.

Het *activiteitenplan Zeeland Veilig 2021* is opgesteld als een dynamisch jaarplan, we hebben immers te maken met veel omgevingsfactoren die van invloed zijn. Zo houden we steeds rekening met trends en actuele ontwikkelingen, zowel in de maatschappij, als in de wereld van crisisbeheersing als ook in (overheids)communicatie[1]. Juist in 2020 hebben we gezien dat een wereldwijde crisis totaal onverwacht kan ontstaan en dan alle plannen overhoop kan halen.

[1] Trends 2020 in overheidscommunicatie: Update trendoverzicht najaar 2020 | Trends voor overheidscommunicatie | CommunicatieRijk

1. Doelen

Met Zeeland Veilig werken we aan de volgende doelen:

- **Gevaren kennen en zelfredzaam zijn:**
  Zeeuwen kennen de belangrijkste gevaren in Zeeland, beseffen dat er altijd iets mis kan gaan en worden uitgedaagd zich hierop voor te bereiden, zodat ze in geval van nood de veiligheid en gezondheid van zichzelf en anderen kunnen beschermen. Ze worden gestimuleerd verbonden te zijn met informatiebronnen en deze informatie met elkaar te delen.
- **Toegang tot relevante informatie:**
  Er is relevante content over gevaren, handelingsperspectieven, (overheids)maatregelen en actuele incidenten beschikbaar op www.zeelandveilig.nl. Dit portal en verbonden sociale media staan centraal in de informatieverstrekking over fysieke veiligheid in Zeeland en geven antwoorden op vragen en zorgen van inwoners en bezoekers. Overheden, crisispartners en betrokken organisaties en bedrijven delen de content waardoor inwoners en bezoekers in Zeeland via meerdere kanalen erop attent worden gemaakt.
- **Effectieve crisiscommunicatie:**
  Bij een incident wordt de crisiscommunicatie adequaat opgepakt en uitgevoerd door goed voorbereide en toegeruste communicatieprofessionals van overheidsdiensten en andere betrokken partijen. Zij maken gebruik van relevant content en effectieve communicatiemiddelen om zoveel mogelijk inwoners en bezoekers in Zeeland te bereiken.

2. Doelgroepen

Veiligheid is een thema waarvoor we eigenlijk alle inwoners en bezoekers van Zeeland willen interesseren. Veiligheid is immers niet aan leeftijd, regio of groep gebonden. Iederéén wil veilig en gezond leven in Zeeland en daar kan ieder individu een bijdrage aan leveren. Toch willen we in onze activiteiten wat focus aanbrengen om met de beschikbare capaciteit maximaal effect te behalen.

Primaire doelgroepen

- Mensen die vragen of zorgen uiten over fysieke veiligheid (behoefte/interesse hebben)
- Minder zelfredzame inwoners en mensen in hun directe (sociale) omgeving (zoals zelfstandig wonende ouderen/minder-zelfredzamen en inwoners met taalachterstand (van buitenlandse afkomst)
- Kinderen in basisschoolleeftijd
- Intermediairen:
  - medewerkers van Veiligheidsregio Zeeland en samenwerkingspartners
  - sleutelfiguren die zelfredzaamheid in hun buurt kunnen bevorderen (dorps/wijkraden, teams gemeenten, politie, brandweer, woningcorporaties)
  - beheerders van grotere logiesaccommodaties in Zeeland
  - grotere bedrijven/organisaties in Zeeland (via BHV en communicatie)

Secundaire doelgroepen

- Inwoners/bezoekers in Zeeland als geheel en in groepen (met interesse c.q. betrokkenheid bij veiligheid en relevantie van netwerk)

3. Strategie

Passend bij de doelen werken we in 2021 met Zeeland Veilig aan de volgende ***speerpunten***:

1. De **crisiswebsite** www.zeelandveilig.nl verder uitbouwen, de bekendheid in Zeeland vergroten, het aantal volgers en engagement van bijbehorende sociale kanalen laten toenemen. Onder andere:
    a. Lancering en promotie van de Zeeland Veilig app, gekoppeld aan de site, met onder meer pushmeldingen bij dreigingssituaties;
    b. Relevante en interactieve content plaatsen om dialoog te stimuleren (zie ook bijlage Contentstrategie);
    c. Nieuw content realiseren, tezamen met diverse partners, om veiligheid in de breedte in beeld te brengen;
    d. Webcare versterken, ook via kanalen van netwerkpartners, wanneer daar over veiligheid wordt gesproken;
    e. Verbinding zoeken met lokale (sociale) media (in wijken/dorpen).
2. **Relevantie** blijft voorop staan: inspelen op actualiteit, na incidenten samen met partners (en media) relevante risico-informatie delen, aansluiten bij dreigingssituaties (zoals natuurbrandrisico) en doelgroepgerichte communicatie naar o.a. verminderd zelfredzame inwoners en kinderen in de basisschoolleeftijd.
3. Vergroten van het bestaande **netwerk van samenwerkingspartners** dat bijdraagt aan Zeeland Veilig: afspraken maken met grotere bedrijven, woningcorporaties, organisaties, een aantal wijk- en dorpsraden en een scholenkoepel. We kijken naar de win-win situatie voor beide partijen.
4. **Samenredzaamheid** is een belangrijk thema, met aandacht voor verminderd zelfredzame en minder goed bereikbare inwoners. Dit thema pakken we vooral wijkgericht op, in samenwerking met onze partners in de wijken/dorpen, waarbij in 2021 de focus vooral op online contacten zal liggen (vanwege corona).
5. De **zichtbaarheid** van de veiligheidspartners in Zeeland vergroten om veiligheid dichterbij mensen te brengen en zo het veiligheidsbewustzijn te vergroten. Dit doen we o.a. met de Zeeuwse Week van de Veiligheid (2e week oktober), posts op Facebook en Instagram, de tips op ZeelandVeilig.nl, actief mediabeleid, online verhalen delen en de 'kids-community' (kinderen in de basisschoolleeftijd).
6. Beleidsplan 2022-2025 opstellen en een meerjarige **onderzoeksopzet** op maat ontwerpen.

In algemene zin richten we ons op:
a) actualiteit/relevantie (aanhaken bij incidenten met impact, bijzondere gebeurtenissen, afwijkende situaties, e.a.)
b) thematisch een dialoog stimuleren (online en offline)
c) wijkgerichte communicatie en zoveel mogelijk op maat (samen met gemeenten)
d) samenwerken met interne en externe Zeeuwse partners en aanhaken bij relevante activiteiten

Kernboodschap: Brand, overstroming, gifwolk, uitval elektriciteit: ook in jouw omgeving kan het onverwacht misgaan! En dan moet je heel snel handelen om jezelf en anderen te redden. Weet je wat je dan kan doen? Lees het op www.zeelandveilig.nl.

Pay-off: Met elkaar maken we Zeeland Veilig

Inzoomend op doelgroepen hanteren we de volgende deelstrategie(ën) om onze doelstellingen te bereiken:

Doelgroep	Strategie
Mensen die vragen of zorgen uiten over fysieke veiligheid	*Informeren & dialogiseren* Directe vragen die binnenkomen bij de VRZ worden snel beantwoord. Online en offline. Zowel proactief als reactief mengen we ons in discussies over fysieke veiligheid in Zeeland. Discussies die op kanalen van derden gevoerd worden (internet), worden ook daar – indien nodig en geschikt – van een antwoord voorzien.
Zelfstandig wonende ouderen en verminderd zelfredzamen	*Informeren & dialogiseren* Met name door het gesprek aan te gaan met de doelgroep zelf en hun naaste(n). Zeeland Veilig ondersteunt hiervoor bestaande en nieuwe activiteiten en programma's vanuit Brandveilig Leven en activiteiten van partners. Bij allochtonen met een taalachterstand willen we met name hun kinderen / de jongere generatie bereiken, via bestaande activiteiten en programma's vanuit Brandveilig Leven of via een van onze netwerkpartners. Via een pilot in enkele wijken kijken we hoe we dit vooral wijkgericht kunnen uitvoeren.
Sleutelfiguren die zelfredzaamheid in hun buurt kunnen bevorderen	*Informeren, betrekken, kennisdeling, ambassadeurschap* Per gemeente enthousiaste ambassadeurs zoeken; mensen met aanzien in de buurt, actief in bijvoorbeeld een dorpsraad. Door deze mensen bagage mee te geven en nauw te betrekken bij projecten en programma's kunnen ze een linking-pin worden en de dialoog lokaal op gang brengen. We werken hierbij samen met gemeente en andere (wijk)partners.
- Medewerkers van VRZ en veiligheidspartners **- Grotere bedrijven/organisaties/instellingen (BHV, crisiscoördinatoren)** **- Inwoners in Zeeland die veiligheid belangrijk vinden**	*Kennisdeling, betrekken, ambassadeurschap* Onze medewerkers/vrijwilligers en medewerkers van veiligheidspartners zijn vaak ambassadeurs van veiligheid. Zij delen actief kennis & kunde op veiligheidsgebied met hun naaste omgeving, zijn een vraagbaak en signaleren daarnaast ook wat speelt in de samenleving. Idealiter delen zij content van VRZ of veiligheidspartners op het gebied van risicocommunicatie en wijzen mensen op www.zeelandveilig.nl als portaal. Ook bij bedrijven en onder inwoners in Zeeland zijn mensen met meer dan gemiddelde interesse in veiligheid; zij kunnen eveneens ambassadeurs voor veiligheid en Zeeland Veilig zijn.
Alle inwoners en bezoekers in Zeeland, ook in gesegmenteerde groepen	*Informeren & dialogiseren, betrekken* Vooral via sociale media gaan we de dialoog aan over allerlei aspecten van veiligheid. Dit doen we met de gehele populatie (volgers) en met gesegmenteerde groepen, zoals kinderen in de basisschoolleeftijd en jongeren van 12-18 jaar (generatie Z). Aansluitend aan de basisstrategie initiëren we één keer per jaar een brede campagne voor alle inwoners: Zeeuwse Week van de Veiligheid.

4. Activiteiten en middelen 2021

	Doelen	Deelthema's	Activiteiten	Planning
			Zwart = regulier/terugkerend Paars = projectmatig Groen = project afgerond	
	Zeeland Veilig			
1	**Gevaren kennen en zelfredzaam zijn** Zeeuwen kennen de belangrijkste gevaren in Zeeland, beseffen dat er altijd iets mis kan gaan en worden uitgedaagd zich hierop voor te bereiden, zodat ze in geval van nood de gezondheid van zichzelf en anderen kunnen beschermen. Ze worden gestimuleerd om verbonden te zijn met informatiebronnen die hen hierbij helpen.	A) Vergaren, creëren en delen content over gevaren en voorbereiding B) Publiekscampagnes met thematische aanpak C) Dialoog D) Monitoring	A1. Opstellen en uitvoeren contentkalender 2021: via sociale media, website, kanalen partners, e.a. inwoners en bezoekers Zeeland informeren over en betrekken bij de 'Zeeuwse' gevaren en handelingsperspectieven. Inspelen op actualiteit en thematisch (o.a. via vaste rubrieken, nieuwsberichten en persaandacht). Verhalen ophalen en delen. A2. Bij actuele incidenten passend content delen (in de getroffen plaats/regio). Aansluiten bij berichten van anderen (landelijk, partners) A3. Project Brand Veilig leven voor jongeren (generatie Z) A4. Project externe veiligheid voor BHV-plannen (initiatief Risicobeheersing): uit te werken via app/webpagina; combi met ZV-app? B1. Publicitair ondersteunen van Brandveilig Leven en Zeeland Veilig Pop-upstore en afstemmen met A1 B2. Campagne met Risicoprofiel/kaart Zeeland, uitwerken met div partijen voor de ZWvdV (oktober) B3. Campagne natuurbrandrisico met gemeenten, recreatiesector, natuurbeheerders B4. Organiseren en faciliteren Kids Community: activiteiten voor kinderen in basisschoolleeftijd en aansluiting zoeken bij KDV/BSO's (in samenhang met 'Brandweer op school'). B5. Zeeuwse Week van de Veiligheid (ZWvdV) organiseren van 11 t/m 17 oktober C1. Online dialoog via sociale kanalen Facebook, Instagram en Twitter; ook kanalen van partners C2. Verkennen van mogelijkheden sociale kanalen Snapchat en TikTok C3. Verkennen mogelijkheden Veiligheidscollege in ZWvdV; met Risicobeheersing, Crisisbeheersing, Brw. C4. Aansluiten bij wijkdialogen gemeenten/partners + ondersteunen BVL + starten bredere pilot lokale samenwerking in twee of drie gemeenten). C5. Verkennen mogelijkheden inwonerspanel, i.s.m. gemeenten D1. Monitoring met OBI4wan, statistiek website en peilingen via sociale media. D2. Integrale onderzoeksaanpak uitwerken D3. Omgevingsanalysetool: doorontwikkeling (Zeeland Veilig algemeen en crisisanalyses)	Doorlopend Doorlopend Q1 / Q2 / Q3 Q1 Doorlopend Q2 / Q3 Q2 / Q3 Q2 / Q3 / Q4 Q2 / Q3 Doorlopend Q1 Doorlopend Q3 / Q4 Q3 / Q4 Doorlopend Q4 Doorlopend
2	**Toegang tot relevante informatie** Er is relevant content over gevaren, handelings-perspectieven, maatregelen en actuele incidenten beschikbaar op www.zeelandveilig.nl, Overheden, crisispartners en betrokken organisaties en	A) Inhoud www.zeelandveilig.nl B) Netwerk verbinden C) (digitale) Innovatie	A1.Content (tekst, foto, film, testjes) creëren/actualiseren rond gevaren in Zeeland + handelingsperspectieven bij 'onze' gevaren. A2. Aanvullen/actualiseren content Zeeland Veilig A3. Veiligheidspartners attenderen op (nieuw) content B1. Afspraken met gemeenten en andere veiligheidspartners, grotere bedrijven (BHV/Com), RECRON/VVV, woningcorporaties, scholen, kinderopvang, e.a. Afstemming met Risicobeheersing en Bevolkingszorg. B2. Denktank Zeeland Veilig (drie bijeenkomsten 26/1, 18/5 en 21/9 + Viadeskgroep) B3. Landelijke afstemming op thema's risico- en crisiscommunicatie (Vakgroepen en infobijeenkomsten)	Doorlopend Q2 / Q3 Doorlopend Doorlopend Doorlopend Doorlopend

	bedrijven delen dit content waardoor inwoners en bezoekers in Zeeland via meerdere kanalen erop attent worden gemaakt.		B4. Presentaties op overleggen, Viadesk, 3 x nieuwsbrief ZV naar partners, opname in nieuwsbrieven AB/raden en Bevolkingszorg, persoonlijk overleg netwerkpartners, verzoek om berichten te delen, e.a. C1. Ontwikkelen en implementeren Zeeland Veilig app (met aanpassing ZeelandVeilig.nl) met mogelijkheid tot pushmelding bij incidenten	Doorlopend Q1 / Q2
3	**Effectieve crisiscommunicatie** Bij een incident wordt de crisiscommunicatie adequaat opgepakt en uitgevoerd door goed voorbereide en toegeruste communicatieprofessionals van overheidsdiensten en andere betrokken partijen. Zij maken gebruik van relevant content en effectieve communicatiemiddelen om zoveel mogelijk inwoners en bezoekers in Zeeland te bereiken.	A) Planvorming crisiscommunicatie B) Uitvoering crisiscommunicatie C) (M)OTO D) Netwerk verbinden (zie 2B)	A1. Kennis- en Beheerteam Crisiscommunicatie coördineren en ondersteunen A2. Onderhoud crisiscommunicatie: middelen, RCC, Viadesk Bevolkingszorg, Viadesk piket. A3. Planvorming afstemmen op en delen met crisispartners A4 Bijdrage crisiscommunicatie aan planvorming (algemeen + evenementen) A5. Reguliere handelingsperspectieven vertalen in drie talen (Du, En, Fr) + Infographics met alleen plaatjes A6. Communicatie in de nafase – bijlage toevoegen aan procesplan crisiscommunicatie B1. Coördineren/ondersteunen piketteam Communicatie VRZ + CoPI-team VRZ B2. Onderhouden (ook interregionaal) netwerk: persoonlijk overleg, bijeenkomsten (communicatiepool, crisispartners, grotere BRZO-bedrijven en zorginstellingen), nieuwsmail crisiscommunicatie. B3. Bijdragen aan uitvoering crisiscommunicatie voor coronapandemie B4. Kennis- en netwerkbijeenkomsten crisiscommunicatie (17 mei online + 26 november fysiek) B5. Actualiseren kennisdossiers (Stralingsincident, Uitval Nutsvoorzieningen, Paniek in menigten) B6. Whatsapp voor crisiscommunicatie? Onderzoek naar buurtgroepen. C1. Ontwikkelen en implementeren nieuw beleid vakbekwaamheid crisiscommunicatie C2. OTO-plan 2021: trainingen organiseren/begeleiden en bijdragen aan oefeningen C3. Bijdrage crisiscommunicatie aan OTO- en MOTO-activiteiten	Doorlopend Doorlopend Doorlopend Doorlopend Q3 / Q4 Q1 Doorlopend Doorlopend Q1 / Q2 / Q3 Q2 / Q4 Q3 / Q4 Q3 Q1 / Q2 Doorlopend Doorlopend

5. Monitoring / evaluatie

Om te monitoren welke veiligheidsissues onderwerp van gesprek zijn in Zeeland en wat de effecten van campagnes zijn, verrichten we onderstaande activiteiten. Op basis van de statistieken en uitkomsten monitoring en onderzoek sturen we continu bij.

a) Dagelijkse monitoring: met OBI4wan is een dashboard ingericht dat ruim 500.000 online bronnen raadpleegt op berichten rondom veiligheid. Via de zoekstructuur komen met name berichten van Zeeuwen en/of over (plaatsen/situaties in) Zeeland naar boven.
b) Statistieken online kanalen: website www.zeelandveilig.nl, Facebook en Twitter. Optioneel: Instagram.
c) Elk kwartaal kijken we terug op de activiteiten en achterhalen zoveel mogelijk het effect. Daarnaast evalueren we grotere activiteiten.
d) Effectmeting crisiscommunicatie: in 2021 ontwikkelen we een instrument om na grote incidenten de tevredenheid over de crisiscommunicatie te kunnen meten.

6. Budget

Er is in totaal 70.000,00 euro beschikbaar voor activiteiten van Zeeland Veilig, inclusief deel uitvoerende capaciteit.

BIJLAGE

Contentstrategie 2021

De contentstrategie vormt de basis voor hoe we Zeeuwen informeren en inspireren over thema's die met veiligheid te maken hebben. Gebaseerd op onze 11 gevaren. Zeeland Veilig profileert zich als bron voor veiligheid en alles wat Zeeland veilig houdt. Onze missie is Zeeland zelfredzaam maken. Dit kunnen we niet alleen. Samenwerken met partners is hierbij van groot belang.

Via sociale media bereiken we veel inwoners (en bezoekers) in Zeeland, ook indirect. Sociale media veranderen snel. Daarom is onze contentstrategie, gebaseerd op de trends in sociale media en doelen en strategie van Zeeland Veilig, herijkt.

Doelen contentstrategie Zeeland Veilig

- Zeeuwen en bezoekers verkrijgen inzicht in risico's in Zeeland, handvatten om correct te kunnen handelen bij een incident en kennis en concrete tips om incidenten in de eigen omgeving te (helpen) vermijden;
- Zeeuwen en bezoekers worden geïnspireerd om met elkaar te zorgen voor een veilige (woon)omgeving;
- Zeeuwen en bezoekers die door een incident (kunnen) worden getroffen, krijgen via door hen gebruikte kanalen en media informatie en adviezen. Er wordt zoveel mogelijk gelinkt naar de centrale website voor veiligheidsinformatie www.zeelandveilig.nl.

Contentstrategie

Sociale media veranderen snel. Het is daarom belangrijk om aan te sluiten bij trends in contentcreatie. De huidige trend hierin is het dichtbij je doelgroep blijven door middel van herkenbaarheid en personalisatie. Al jaren is de trend dichtbij je doelgroep blijven, maar nooit eerder is het zo van belang geweest. Met name door corona speelt het leven zich meer online af. Men is op zoek naar persoonlijke, inspirerende en boeiende content die dichtbij staat.

Onze huidige aanpak is een mix van content curatie (content van partners delen) en content creatie (zelf maken). Om relevant te blijven in sociale media is een strategie nodig die aansluit bij onze doelgroepen. We gebruiken momenteel drie soorten content:

- Situationele content (Content voor informatievoorziening, schadebeperking en betekenisgeving tijdens en na een incident of crisis)
- Inhaak content (Content waarmee je inhaakt op onderwerpen op basis van monitoring en via een inhaakkalender).
- Campagne- en partner content: Content op basis van campagnes ingezet door ons of door veiligheidspartners.

Om dichtbij de doelgroep te blijven moet je een relatie aangaan met de doelgroep. Dit ga je aan door in te spelen op emotie. In onze contentstrategie hebben we daarom een vierde soort content nodig: emotionele content. Dit is content die inspeelt op de emotie van de doelgroep door middel van herkenbaarheid en beleving. We zetten nu ook al in op emotie, maar gaan er dit jaar meer focus op leggen. Voorbeelden van emotionele content zijn:

- Foto’s van herkenbare locaties
- Herkenbare situaties
- Persoonlijke, prikkelende verhalen
- Maar ook herkenbaarheid in stijl/design.

Om het bovenstaande te realiseren hebben we data nodig om inzicht te krijgen in onze doelgroepen. Uit de statistieken van sociale media kan je een hoop halen. Daarnaast voeren we begin 2021 een perceptieonderzoek uit in samenwerking met het ZB Planbureau. Inzicht zorgt ervoor dat je weet wat er speelt bij de doelgroepen. Waar komen ze vandaan? Wanneer zijn ze online? Wat willen ze weten? Daarnaast meten we effecten van onze content. Om eventueel onze content bij te schakelen indien nodig. Of juist te weten welk type content succesvol is om te kunnen herhalen. Elk sociale media kanaal is anders en vereist een op maat gemaakte aanpak en doelstelling. Denk aan tijden, woordgebruik en hoofddoelgroep gebaseerd op leeftijd.

Doelgroep

De sociale kanalen hebben allemaal een eigen leeftijdscategorie waardoor het medium het meest wordt gebruikt. Hier zien we welk kanaal we gaan gebruiken om een bepaalde doelgroep te bereiken:
Facebook: 40 - 65+; de volwassen inwoners, ouders en senioren wonend in Zeeland.
Instagram: 18-29 jaar: Jongeren.
Tik-Tok: 8-14; Kids/pubers.
Twitter: media en overige geïnteresseerden in veiligheid

Kwantitatieve doelstelling Sociale media

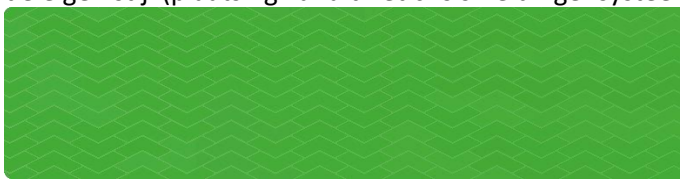
Kanaal	Huidige volgers	Nieuwe doelstelling
Facebook	14.500	**17.000**
Instagram	1.015	**2.000**
TikTok	NTB	**NTB**
Twitter	16.300	**18.000**

Herkenbaarheid door stijl:

Herkenbaarheid is enorm van belang om een merk op te bouwen. Door de herkenbaarheid in stijl te vergroten gaan mensen onze posts herkennen zonder daarbij, in theorie, te zien wie de post geplaatst heeft. Dit doen we per kanaal als volgt:

Facebook: Door een vast formaat en template te maken blijven we herkenbaar. We gebruiken dus bij alle content, waar mogelijk, altijd onze eigen huisstijl: onze vaste balk (zie afbeelding) in verschillende kleuren, lettertype en logo. Bij het schrijven van content gebruiken we emoji's die bij het verhaal passen, denk aan het gebruik van een brandweerman emoji bij een verhaal van de brandweer. Deze vorm van herkenbaarheid wordt niet gebruikt bij berichtgeving over incidenten

(crisiscontent). Deze content moet namelijk snel geplaats worden en het gebruik van de huisstijl zal afleiden van de boodschap. Het crisiscontent is herkenbaar aan de eigen stijl (plaatsing vanuit het crisismeldingensysteem).

 voorbeeld van onze “vaste balk”

Instagram: Door gebruik te maken van een vast filter word je herkenbaar. Hierdoor krijgt elke foto dezelfde vormgeving. Daarbij maken we gebruik van vaste “#” (hashtags) in elke post. Dit zijn: #ZeelandVeilig #ZV #VRZeeland #VRZ

TikToK: Voorjaar 2021 zal nog meer onderzoek gedaan worden naar mogelijkheden en effecten van TikTok.

Website

Buiten onze socials hebben we ook de centrale website www.zeelandveilig.nl. Het doel is om eens per maand een nieuwsbericht te plaatsen. Deze is dan zichtbaar op een website zoals ZeelandNet; die een groot bereik heeft. Als dit nieuwsbericht niet eerder geplaatst is op een sociaal kanaal plaatsen we dit ook hier met een verwijzing naar de website.

Content

In de onderstaande tabel staan de onderwerpen die ervoor zorgen dat we aan bovenstaande voldoen en aansluiten bij de doelgroep per kanaal. Per week plaatsen we niet meer dan 3 berichten. Elke rubriek zal dus maximaal 1x per week voorbij komen of 1x per maand. Dit om spam te voorkomen en content leuk te houden:

Kanaal	Rubriek	uitleg
Instagram	Veiligheidsvraag van Vandaag (story):	Een vraag over een specifiek onderwerp. Met het antwoord in de volgende story. • Het is niet 1 meter • 1,5 meter! • Volgende story = uitleg over waarom.
	Veiligheid foto’s:	Herkenbare foto’s over wat met veiligheid te maken heeft. In samenwerking met veiligheidspartners.
	Maandelijkse memes	Memes zijn veelal grappige plaatjes over bepaalde onderwerpen. Deze zijn overal op het internet te vinden. Heeft potentie tot aanspreken van jongeren. Kost wat voorbereiding door het koppelen van veiligheidstips aan de juiste meme die tevens herkenbaar is. Daarom doen we dit maandelijks.

	Verhalen van jongeren over veiligheid	Jongeren vertellen hun verhaal over verschillende veiligheidsonderwerpen denk aan: auto ongeluk, brand, storm, op zee... of misschien werken ze in de veiligheidsbranche.
	Zoals de brandweer	Jonge brandweermensen vertellen hun verhaal (ook voor FB). Content i.s.m. Instagram VRZ.
Facebook	Zij maken Zeeland Veilig	Vertellen over medewerkers – ook van partners. Wie? Wat doet deze persoon? Wat maakt het werk leuk? Wat staat je bij van het werken bij VRZ of organisatie? Met tips over het onderwerp van het besproken vak.
	Woensdag Weetje	Een feitje over een veiligheidsonderwerp met daarbij bruikbare tips!
	Op de achterbank met	Een dagje meerijden met een partner zoals: brandweer, politie, BOA, dierenambulance.
	Zoals de brandweer	Idem aan Instagram, maar focus op volwassenen. Content ism Instagram VRZ.
Twitter	Geen rubrieken, vooral actualiteit	
TikTok	Wordt nog onderzocht	