



VraagWijzer

COMMUNICATIEPLAN

SOCIAAL (WIJK)TEAM

1. Inleiding

In dit PR en communicatieplan is te lezen op welke wijze invulling gegeven wordt aan de PR en communicatie voor de invoering van Sociaal (wijk) Teams in Gemeente X.

De invoering van Sociaal (wijk) Teams in de gemeente is een reactie op de decentralisatie van de Wmo naar gemeenten op het gebied van ondersteuning en begeleiding. Daarnaast wordt er bezuinigd op de beschikbare financiële middelen waardoor de professionele zorg effectiever ingezet dient te worden en er meer door de burger zelf gedaan dient te worden vanuit eigen kracht en het sociale netwerk. Ook dient er door burgers meer gebruik gemaakt te worden van de eigen kracht, het sociale netwerk en algemene voorliggende voorzieningen alvorens er gebruik wordt gemaakt van de duurdere individuele voorzieningen of zorg.

Een Sociaal (wijk) Team is een groep professionals die maatschappelijk ondersteuning bieden aan burgers in de wijk met vragen of problemen. Zij doen dat met elkaar, vanuit het Sociaal (wijk) Team. Alle bewoners in Gemeente X kunnen bij het Sociaal (wijk) Team terecht met hun vragen en problemen. Een team professionals gaat samen met de bewoner aan de slag om tot een plan te komen en samen naar oplossingen te zoeken. De bewoner wordt ondersteund om zo zelfstandig mogelijk te zijn. Naasten worden betrokken en zo nodig worden vrijwilligers of andere professionals ingezet. Het Sociaal (wijk) Team werkt hierbij samen met diverse organisaties voor wonen, welzijn, zorg en inkomensondersteuning. De doelstelling van het Sociaal (wijk) Team is:

"Het vergroten van de individuele en collectieve zelfredzaamheid en participatie van burgers in Gemeente X door het bieden van informatie, advies en ondersteuning na het toepassen van vraaggestuurde vraagverheldering."

De Sociaal (wijk) Teams werken gebiedsgericht. In deze teams wordt de hulp en ondersteuning op de diverse leefgebieden aan elkaar verbonden. Hier wordt de integrale laagdrempelige aanpak volgens het principe van één gezin, één plan, één regisseur in de praktijk gebracht. Een sociaal (wijk)team kan ervoor zorgen dat laagdrempelige informatie en ondersteuning wordt geboden waardoor gebruik van individuele voorzieningen afneemt. Het Sociaal (wijk) Team richt zich op versterking van eigen kracht, inzetten van sociale netwerken en vrijwillige ondersteuning, informatie en toegang bieden tot algemene en individuele voorzieningen van professionals in een gebied (bestaande uit een aantal wijken) en de stad. Het Sociaal (wijk) Team werkt integraal, gebiedsgebonden, generalistisch, onafhankelijk, zelfsturend, focus op uitvoeren, korte lijnen, laagdrempelig en is vrij toegankelijk.

De Sociaal (wijk) Teams staan niet op zichzelf, maar staan in relatie tot een groot netwerk van professionele en vrijwilligersorganisaties, zoals bewonersorganisaties, vrijwilligersorganisaties en tal van andere organisaties. Dit noemen we het *gebiedsnetwerk*. Het doel van het gebiedsnetwerk is om zo goed mogelijk met elkaar samen te werken door het uitwisselen van kennis en ervaring. Afstemming en effectief overleg kenmerken dit gebiedsnetwerk. Dubbelingen van aanbod worden zo veel mogelijk verminderd.

Gemeente Gemeente X heeft het initiatief genomen voor dit project. In het Sociaal (wijk) Team werken medewerkers uit de volgende organisaties: A, B, C, D, en E.

2. Achtergrond

Missie en Visie

Het Sociaal (wijk) Team is er op gericht om, daar waar nodig, vragen van burgers integraal te benaderen, samen met de burger een (ondersteunings)plan maken en (kortdurende) ondersteuning bieden. Het Sociaal (wijk) Team draagt samen met de burger zorg voor regie op het plan. In dit plan wordt gebruik gemaakt van vrijwilligers en professionals. Daarnaast is het sociaal (wijk)team gericht op het bevorderen van de betrokkenheid van bewoners bij hun buurt en wijk en het bevorderen van deelname aan het maatschappelijke verkeer in het gebied/wijk (buren die elkaar kennen en spreken) door het faciliteren van participatie van de burger door activering.

Samenwerkingspartijen in het project

Samenwerkingspartijen in de ontwikkeling van de Sociaal (wijk) Teams zijn : *A, B, C, D, en E.*

3. Aanpak communicatie

Om de communicatiedoelen te behalen, moeten de volgende randvoorwaarden op het gebied van communicatie door alle partijen worden nageleefd:

- Onderschrijven van de visie en missie van het Sociaal (wijk) Team
- Er wordt nauw samengewerkt door de betrokken partijen in de afstemming van de eigen en gezamenlijke PR en communicatie in Gemeente X; wie doet wat?
- Eenduidige communicatie en in afstemming met elkaar
- Alle bestaande (eigen) media (folders, posters, website, facebook, twitter, wijkkrant) worden optimaal ingezet en waar mogelijk en gewenst wordt een vernieuwende aanpak ontwikkeld (maatwerk voor verschillende doelgroepen)
- De PR en communicatie is er op gericht om zowel mondeling als met informatiemateriaal de communicatieboodschap sterk onder de aandacht te brengen en duidelijk te maken waar het Sociaal (wijk) Team voor staat
- De uitingen rondom het Sociaal (wijk) Team zijn herkenbaar dankzij een eenduidige huisstijl;
- Het taalgebruik is actueel, begrijpelijk, eerlijk en open. Er is sprake van een actieve benadering. Geschreven taal kan voor sommige ontvangers lastig zijn, waar mogelijk wordt ondersteund door gesproken taal en beeldtaal. De beelden en het taalgebruik zijn actief: veel mensen in beeld die iets doen, iets ondernemen, in gesprek zijn, aan het werk zijn
- De voertaal is Nederlands

4. Strategie

De strategie van de communicatie is gericht op:

- Draagvlak vergroten bij betrokken organisaties en bij de burgers
- Bekendheid geven inwoners van het Sociaal (wijk) Team (primair doel)
- Regie op communicatie van en voor de samenwerkingspartijen en andere actoren

Draagvlak vergroten

Een breed draagvlak voor de inzet van de Sociaal (wijk) Teams van de politiek, gemeente, met alle samenwerkende partijen en de burgers in Gemeente X is noodzakelijk.

De ontwikkeling vereist continuïteit aan de zijde van de samenwerkingspartners en gemeente Gemeente X. Inspanning van de partijen (en de wil en bereidheid om dat uit te dragen) is essentieel. Het Sociaal (wijk) Team kan daarom alleen slagen als er brede steun voor bestaat. Voldoende draagvlak is absoluut noodzakelijk. Bij partijen wier medewerking noodzakelijk of zeer gewenst is in het proces moet het draagvlak ook steeds worden gezocht en bevestigd. Er bestaat niet zoiets als eeuwig durend draagvlak. Draagvlak kan vergroot worden met optimale communicatie.

Het Sociaal (wijk) Team voert een open, eerlijk en transparante werkwijze. Daarbij hoort een pro-actieve verspreiding van informatie en nieuws, zowel aan belanghebbenden en belangstellenden als naar de media. Hierbij worden de communicatiemiddelen en momenten zorgvuldig gekozen. Er is een continue proces van communiceren. De boodschap van het Sociaal (wijk) Team wordt op alle mogelijke manieren helder gemaakt. Het gevoel dat ontvangers bij de communicatie hebben is vaak belangrijker dan de feitelijke inhoud. Het gaat om aandacht en betrokkenheid. De positieve boodschap krijgt veel aandacht. Indien er onverhoopt minder goed nieuws te brengen is, dan wordt dat in overleg met de betrokkenen naar buiten gebracht. Dat vergroot de geloofwaardigheid, gevoel van eerlijkheid en transparantie.

Om het draagvlak te realiseren moet bekendheid van het Sociaal (wijk) Team aan de bewoners gegeven worden. De gemeente Gemeente X en de betrokken organisaties informeert de inwoners zoveel mogelijk via de bestaande communicatiemiddelen en kanalen.

Regie op communicatie van en voor de samenwerkingspartijen en andere actoren

Helderheid over werkwijze is belangrijk in de communicatie. Partijen bij de hand nemen en de werkwijze schetsen is essentieel. Het vergroot de transparantie en openheid en bevordert dat betrokkenen begrijpen waar het Sociaal (wijk) Team voor staat. En het vergroot de belangstelling van betrokkenen als de werkwijze en de stappen daarin worden gecommuniceerd. Betrokkenen gaan beter begrijpen wat de herkomst is.

Voor het communicatieproces vraagt dat:

- Helderheid en stelligheid geven over de kaders
- Eenduidige communicatie en afstemming met elkaar
- Goede timing organiseren
- Openheid bieden over de ruimte die beschikbaar is voor meedenken en meedoen
- Reële verwachtingen scheppen
- Eerlijk en transparant zijn over het proces

5. Communicatiedoelstellingen

Het hoofddoel van de communicatie is dat zoveel mogelijk mensen bekend zijn met het sociaal (wijk)team, hier positief tegenover staan en de resultaten van de inzet van het team merkbaar zijn.

Promotie van het Sociaal (wijk) Team (introductie)

1. Bewoners, vrijwilligers(groepen), professionele aanbieders en andere relevante partijen in Gemeente X zijn geïnformeerd over het bestaan van het Sociaal (wijk) Team (kennis)
2. Er is sprake van optimale naamsbekendheid van het Sociaal (wijk) Team bij alle relevante doelgroepen.

3. Maandelijks nemen 20 bewoners contact op met het Sociaal (wijk) Team bij vragen of behoefte aan ondersteuning op het gebied van wonen, welzijn, zorg, inkomensondersteuning en leefbaarheid (gedrag)
4. De communicatie draagt op positieve wijze bij aan het imago van het Sociaal (wijk) Team en de samenwerkende partijen

Het communiceren door en over het Sociaal (wijk) Team

1. Binnen 1 jaar weet 30% van de bewoners van gemeente X waarvoor zij bij het sociaal (wijk)team terecht kunnen (kennis) en hebben zij vertrouwen in de inzet van het team (houding)
2. Betrokken partijen en doelgroepen zijn op de hoogte van de werkwijze van het Sociaal (wijk) Team (kennis)
3. De communicatie draagt op positieve wijze bij aan het imago van het Sociaal (wijk) Team en de samenwerkende partijen.
4. De lokale pers is tijdig en goed geïnformeerd over de ontwikkelingen en activiteiten van het Sociaal (wijk) Team (kennis)

Wijze van communiceren

Taalgebruik van de communicatie geschiedt op het niveau van de laagst opgeleide in de doelgroep

6. Doelgroepen

Specifiek per gebied:

- Bewoners (inclusief de actieve bewoners)
- Partijen binnen het gebiedsnetwerk (nog te ontwikkelen)
- Vrijwilligers (op de locatie, in de wijk, via...)

In heel Gemeente X:

- Bewoners
- Medewerkers gemeente
- Samenwerkingspartners
- Gebiedsnetwerk
- Intermediairs (professionals die een rol kunnen spelen in het geven van informatie en bij de toeleiding naar het Sociaal (wijk) Team)
- Media
- Politiek

7. Kernboodschap (pitch)

Om te komen tot een kernboodschap overzicht van de kernwaarden die hiervoor zijn geselecteerd:

- Eén gezin, één plan, één regisseur
- Eigen kracht, sociale kracht en voorliggende voorzieningen
- Laagdrempelig, onafhankelijk, transparant, effectief/efficiënt en integraal

Communicatieve uitgangspunten

- Aansluiten bij 'branding' Sociaal (wijk) Teams: het sociaal (wijk)team neerzetten als merk
- Aansluiten bij doelgroepen (het niveau en de behoeften van kwetsbare én actieve burgers)
- Aansluiten bij de principes van Welzijn nieuwe stijl

Vanuit deze ingrediënten is de volgende kernboodschap samen te stellen:

'Het sociaal (wijk)team is er voor alle vragen over wonen, welzijn, zorg, inkomen en de wijk'

Het sociaal (wijk)team Gemeente X is er voor alle bewoners van Gemeente X. U kunt er terecht met alle vragen op het gebied van wonen, welzijn, zorg, de buurt of uw inkomen. Een team deskundige medewerkers inventariseert uw vraag en denkt met u mee bij het vinden van oplossingen. Hierbij kijken zij naar wat u zelf kan, hoe u zo zelfredzaam mogelijk kan blijven en hoe zij uw eigen regie kunnen ondersteunen. Een eenvoudige vraag wordt snel beantwoord, bij complexe vragen of problemen wordt er met u gezocht naar oplossingen in uw eigen omgeving, met mensen die u kent en zo nodig met deskundigen binnen of buiten het team.

Deze kernboodschap kan in deze volledige, of afgeleide vorm worden gebruikt in de communicatie-uitingen.

Aandachtspunten voor communicatie

Aandachtspunten voor de communicatie zijn:

- Interne communicatie van de betrokken medewerkers bij de partijen en zorgen dat de achterban op de hoogte wordt gehouden van de voortgang
- Diverse communicatiekanalen die er bij alle partners zijn benutten (navragen naar communicatiekanalen van alle partners). Zorg dragen voor afstemming en eenduidigheid.

8. Activiteiten en planning

Activiteiten

- Lijst organisaties in het gebiedsnetwerk realiseren en deze benutten voor communicatiedoelstellingen
- Promotie Sociaal (wijk) Team bij alle relevante professionals (medewerkers van de deelnemende organisaties in het Sociaal (wijk) Team, huisartsen en overige professionals in de 1^e lijn, medewerkers van de organisaties in het gebiedsnetwerk, CJG)

Planning

De communicatie over het Sociaal (wijk)team vraagt om een zorgvuldige fasering. Hierbij is het draagvlak bij de partijen van belang en de instemming binnen de gemeentelijke organisatie.

Ook voor de communicatie naar professionals en burgers wordt een fasering ingezet: eerst communicatie naar de professionals, daarna naar de burgers.

Datum	Actie
	Concept PvA gereed
	Eerste bijeenkomst werkgroep: bespreking concept
	Aanpassing concept
	Bespreking PvA in projectgroep
	Ontwikkeling van logo en communicatiemiddelen
	Interne bespreking PvA in gemeente (met wethouder)
	Tweede bijeenkomst werkgroep: bespreking communicatiemiddelen
	Productie communicatiemiddelen
	Inzet communicatiemiddelen naar de professionals
	Inzet communicatiemiddelen naar de burgers

9. Organisatie

Beslissingen over communicatievraagstukken worden genomen door de projectgroep.

10. Budget

€ 3.500,- voor sociaal (wijk)team Gemeente X

Verdeling:

Ontwikkeling huisstijl*	€ 0,- (intern door gemeente)
Drukwerk	€ 3.500,- (visitekaartjes en flyers)
Social Media	€ 0,-
Promotie Sociaal (wijk) Team	€ 0,-

* Er komt één huisstijl voor alle sociaal (wijk)teams in Gemeente X

NB Deze kosten zijn een eerste inschatting, er is nog geen offerte aangevraagd.

11. Communicatiemiddelen

In deze doelgroepenmatrix staan de middelen per doelgroep aangegeven.

Communicatiemiddelen	Locatie	Partners	Intermediairs	Bewoners	Pers
Naam sociaal (wijk)team	x	x	x	x	x
Logo	x	x	x	x	x
Huisstijl - Combinatie van visite- en afsprakenkaartjes - Flyers en posters - Formats om te printen - Digitale handtekening teamleden - Presentatie	x	x	x	x	x
Enmalig flyers voor alle bewoners in het gebied				x	
Verspreiding flyers en posters aan de hand van een locatielijst	x	x	x		
Wijkbeheerpagina				x	
Artikels wijkkranten				x	

Gemeentelijke pagina wijkkranten				x	
Persberichten					x
Aansluiten op communicatiemiddelen van samenwerkende organisaties: gemeente Gemeente X, A, B, C, D en E		x			
Voorlichting en presentaties bij relevante organisaties en bijeenkomsten		x	x		
Informatie op gemeentelijke website		x	x		x
Optimale vindbaarheid met Google		x	x		x
Regionale TV					x
Social media: - Online chat - Aansluiten bij Facebook bewonersteam - Twitter					x
Wijkbijeenkomsten: het zoeken en vinden van de dialoog met de burgers		x	x		x
Bijeenkomst met ...		x	x		
(Informeel) bijeenkomsten gebiedsnetwerk		x	x		
Foto's van het sociaal (wijk)team: het gezicht in de wijk					x
Jaarverslag	x	x	x	x	x

De middelen worden in een communicatiekalender verwerkt.

12. Bereikbaarheid Sociaal (wijk) Team Gemeente X

Inleiding bereikbaarheid

Het Sociaal (wijk) Team is low-profile gestart om te zorgen dat het team stevig genoeg staat wanneer er meer PR en communicatie over het team verspreid gaat worden. Er is echter behoefte aan diverse partijen aan zichtbaarheid van het team (onder meer de gemeente) en om goed geïnformeerd te worden (huidige en potentiële samenwerkingspartners). Met ingang van april 2014 is de PR en communicatie over het Sociaal (wijk)team naar buiten toe gerealiseerd.

De gewenste situatie

Optimale toegang tot het Sociaal (wijk) Team door:

1. Optimale telefonische bereikbaarheid: één mobiel telefoonnummer is kwetsbaar; de huidige beschikbaarheid van 5 dagdelen is te beperkt.
2. PR en communicatie naar burgers, samenwerkingspartners en overige organisaties voor wonen, welzijn, zorg, inkomensondersteuning en leefbaarheid om optimale bekendheid van het Sociaal (wijk) Team te realiseren
3. Samenwerkingsafspraken voor de aanmelding met de Wmo en het CJG

Werk in uitvoering:

- Aansluiten bij het beleid van Toegang tot de Wmo van gemeente Gemeente X
- Heldere omschrijving van het Sociaal (wijk) Team (het concept van het Sociaal (wijk)team)
- Speciale aandacht voor de toegang tot het Sociaal (wijk) Team voor de huisartsen die nog geen directe lijn hebben.

Uitgangspunten voor contact met het Sociaal (wijk) Team en voor de aanmeldingen:

Het sociaal (wijk)teams is makkelijk vindbaar en laagdrempelig toegankelijk voor alle burgers met vragen en problemen. Alle medewerkers van organisaties voor wonen, welzijn, zorg, inkomensondersteuning en leefbaarheid kunnen het Sociaal (wijk) Team vragen om ondersteuning te bieden aan burgers met vragen en problemen.

13. Evaluatie

Het plan van aanpak voor de PR en communicatie en de bekendheid van het sociaal (wijk)team Gemeente X wordt na 1 jaar geëvalueerd.

BIJLAGE TEKST FLYER SOCIAAL (WIJK)TEAM GEMEENTE X

Welkom bij het Sociaal (wijk) Team Gemeente X: Wij denken met u mee en ondersteunen u waar nodig!

Sociaal (wijk) Team Gemeente X is een nieuwe vorm van samenwerken en helpt u bij het vergroten van uw zelfredzaamheid en participatie.

Het Sociaal (wijk) Team Gemeente X is er voor de vragen van alle bewoners van Gemeente X. Het team is het aanspreekpunt voor u in de buurt, snel en makkelijk.

Wie zijn het Sociaal (wijk) Team?

In het team werken gedreven professionals die u helpen bij vragen over uw werk, inkomsten, wonen, zorg, uw gezondheid, dagbesteding, vrijwilligerswerk, voorzieningen, uw gezin of uw relatie.

Het Sociaal (wijk) Team is een samenwerkingsverband tussen de gemeente Gemeente X, A, B, S, D en E. Het team werkt samen met tal van andere organisaties zoals huisartsen, zorgorganisaties, het Centrum voor Jeugd en Gezin, gemeentelijke diensten en andere professionals.

Wat kan het Sociaal (wijk) Team voor u doen?

De mensen van Sociaal (wijk) Team denken met u mee en gaan samen met u op zoek naar de oplossing voor uw vraag of probleem. Zij geven u persoonlijk advies waarbij u, uw vraag en uw situatie centraal staat. Het Sociaal (wijk) Team kijkt naar wat u wil, wat u zelf nog kan en hoe u uw eigen kwaliteiten kunt inzetten. Als dat door omstandigheden moeilijk gaat, kijken ze samen met u of iemand uit de omgeving wellicht kan helpen. Ze zoeken naar een verbinding in uw eigen omgeving met mensen die u kent. Zo nodig bieden zij aanvullend hulp, zorg of ondersteuning met de deskundigen binnen en buiten het team.

Kortom: heeft u vragen over uw werk, inkomsten, wonen, zorg, uw gezondheid, dagbesteding, vrijwilligerswerk, voorzieningen, uw gezin of uw relatie? Dan kunt u bij het Sociaal (wijk) Team terecht!

Hoe kunt u het Sociaal (wijk) Team bereiken?

Locatie
Adres
Telefoonnummer
e-mail adres
Website
Openingstijden

Wie heeft het Sociaal (wijk) Team al geholpen?

<p>Gerda heeft vier kinderen onder de tien jaar en een bijstandsuitkering. Nu de kinderen ouder worden, is het steeds moeilijker om rond te komen en is er een huurachterstand ontstaan. Via de woningcorporatie is zij in contact gekomen met het Sociaal (wijk)team. Een van de</p>

teamleden gaat samen met een vrijwilliger met haar de administratie op orde brengen en houden. Met enige ondersteuning door het Sociaal (wijk)team kan Gerda met de woningcorporatie een aflossingsregeling treffen. Haar ambities worden in kaart gebracht en Gerda gaat starten met een opleiding tot verzorgende.

Mevrouw Jansen is weduwe geworden. Ze rijdt nog auto maar durft in haar eentje niet overal meer naartoe. Het Sociaal (wijk)team brengt haar in contact met iemand bij haar uit de buurt die het leuk vindt om met haar mee te gaan. Daarmee blijft ze zelfstandig, doet nieuwe contacten op en ze hoeft geen dure taxi te nemen.

Voorbeelden van vragen die kunnen spelen:

- Hoe zorg ik voor mezelf, als het niet meer gaat?
- Ik weet niet meer hoe ik alles moet regelen!
- Wie kan er voor mij zijn als het zelf niet lukt?

Voorbeelden van resultaten na ondersteuning:

- Ik heb nu weer duidelijk hoe ik mijn dag kan indelen!
- Het lukt me weer om verder te gaan
- Ik voel me nuttig en heb weer wat te doen
- Mijn financiën zijn weer op orde

Wij denken met u mee en ondersteunen u waar nodig!