

Onvergetelijk

STRATEGIEËN VOOR EXTERNE COMMUNICATIE

Aandachtspunten voor het schrijven van teksten

- De manier waarop je over dementie spreekt, heeft invloed op het zelfbeeld van mensen met dementie en de manier waarop anderen naar hen kijken. Let daarom goed op de woorden die je kiest als je met én over deze doelgroep praat.
- Termen als 'ouderen', 'mensen met dementie', 'dierbaren', 'naasten', 'mensen met een beperking', 'mensen in een rolstoel' en 'zorginstellingen' zijn geschikt.
- Vermijd termen als 'dementen', 'dementerenden', 'cliënten', 'patiënten', 'slachtoffers', 'gehandicapten' en 'bejaardentehuis'.
- Leg in de teksten de nadruk op wat de deelnemers tijdens het programma gaan ervaren. Gebruik kernwoorden als 'samen', 'een dagje uit', 'beleving' en 'genieten'.

Laat foto's van de rondleiding maken

- Een beeld zegt vaak meer dan duizend woorden. Laat het programma daarom – altijd met toestemming van alle deelnemers – fotograferen door een professionele fotograaf. Het is handig om dit in de beginfase te laten doen zodat je de gemaakte beelden vervolgens in al je communicatie-uitingen kunt gebruiken.
- Vraag de fotograaf om bij het maken van de foto's de nadruk te leggen op de interactie tussen de deelnemers en het plezier dat ze tijdens de rondleiding hebben.

Stel een contactenlijst op

- Maak een contactenlijst met de gegevens van belangenorganisaties en zorglocaties omtrent dementie in de regio, bijvoorbeeld Alzheimer Café's, casemanagers, locaties van verzorgingshuizen, dagbestedingen, thuiszorgorganisaties, vrijwilligersorganisaties en huisartsen.
- De contactenlijst kun je gebruiken voor verschillende doeleinden: het versturen van een uitnodiging voor de kick-off van het programma, het benaderen van groepen voor de pilotrondleidingen en het versturen van een persbericht, nieuwsbrief of mailing.

Geschikte communicatie-uitingen

- Ontwerp een aansprekende flyer, poster of ontwikkel een andere fysieke communicatie-uiting. Dit materiaal kun je op verschillende locaties verspreiden: in het museum, bij de locaties die je in de contactenlijst hebt opgenomen, in bibliotheken en in buurthuizen. Je kunt de flyer of poster eveneens digitaal opnemen in je mailing.
- Neem het programma op in relevante, bestaande communicatie-uitingen.
- Maak op de website een pagina aan met informatie over het programma. Zorg ervoor dat deze pagina goed vindbaar is.
- Indien je een maandelijkse rondleiding programmeert, zorg er dan voor dat deze in de agenda wordt opgenomen.
- Vermeld het programma frequent in de nieuwsbrief.
- Besteed aandacht aan het programma op social media, bijvoorbeeld op Twitter of Facebook.

Creëer ambassadeurs

- Mond-tot-mondreclame is voor het slagen van het programma essentieel. Vertel op relevante plekken enthousiast over het programma, en vraag je collega's om hetzelfde te doen.
- Nodig het personeel, de vrijwilligers en/of de vrienden van het museum uit om zelf de rondleiding mee te maken, samen met iemand met dementie.
- Organiseer demonstratierondleidingen, bijvoorbeeld voor de casemanagers in de regio, en deel na afloop stapeltjes communicatiemateriaal uit.

Laat potentiële deelnemers het programma zelf ervaren

- Neem contact op met lokale Alzheimer Café's en vraag of je er een presentatie over het programma mag houden. Zorg ervoor dat een korte demonstratierondleiding het belangrijkste onderdeel is van die presentatie: zo kunnen de deelnemers de opzet en methode van de rondleiding zelf ervaren. Verzoek bezoekers om hun contactgegevens achter te laten, en verloot twee vrijkaartjes voor een Onvergetelijk-rondleiding op een tijdstip naar keuze.

Betrek de pers

- Verstuur voordat het programma officieel van start gaat een persbericht.
- Organiseer een speciale persrondleiding, waaraan mensen met dementie en hun dierbaren deelnemen. Nodig voor deze rondleiding één journalist van de schrijvende pers uit, in ruil voor de publicatie van een uitgebreid artikel over het programma.
- Laat de pers zo veel mogelijk de foto's gebruiken die je in een eerder stadium hebt laten maken. Een fotograaf bij de rondleiding werkt afleidend.
- Voorkom dat er te veel mensen meelopen tijdens een rondleiding. Als er vanuit de pers veel animo is voor deelname, verspreid deze aanvragen dan over meerdere rondleidingen.
- Is een cameraploeg geïnteresseerd? Stel strikte voorwaarden op waar men zich tijdens het filmen aan moet houden en informeer de ploeg over de gewenste omgang met de doelgroep. De kwaliteit van het programma en de beleving van de deelnemers dient te allen tijde voorop te staan.

Organiseer een kick-off

- Laat de potentiële doelgroep en belanghebbenden rondom dementie kennismaken met het programma tijdens een feestelijke kick-off.
- Zorg ervoor dat je tijdens deze kick-off demonstratierondleidingen organiseert, zodat de bezoekers de opzet en methode zelf kunnen ervaren.

Sluit aan bij de actualiteit

- Jaarlijks is het op 21 september Wereld Alzheimer Dag. Een mooie gelegenheid om het programma bij de doelgroep en andere belangstellenden onder de aandacht te brengen, bijvoorbeeld door gratis rondleidingen aan te bieden en hiervoor persaandacht te genereren.
- Sluit zo veel mogelijk aan bij andere activiteiten omtrent dementie die in jouw regio plaatsvinden.

Mogelijkheden voor sponsoring

- Zoek een partner die kaarten voor de maandelijkse rondleiding afneemt en deze uitdeelt aan mensen met dementie en hun dierbaren die het programma willen uitproberen.
- Zoek een partner die een aantal rondleidingen voor zorginstellingen mogelijk wil maken.
- Op de plek van bestemming komen, is voor veel potentiële deelnemers het grootste struikelblok. Ga daarom een partnership aan met een lokaal vervoersbedrijf: zij kunnen het vervoer van en naar het museum uit handen nemen.