



Recht-Op vzw Communicatieplan

Communicatie, onmisbaar op de barricade! Ons plan 2024 - 2027

Inleiding

Met dit communicatiebeleidsplan willen we de missie en visie van Recht-Op vzw ondersteunen en de communicatieactiviteiten stroomlijnen. Het plan is gestructureerd rond SMART-doelstellingen (Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdgebonden) en bevat concrete acties, verantwoordelijkheden en KPI's (Key Performance Indicators) om de voortgang te meten. Dit plan is geschreven in Juni 2024 en loopt tot 2027.

Missie en Visie

Missie:

Recht-Op strijdt samen met mensen in armoede voor een samenleving zonder uitsluiting.

Visie:

- Armoede is uitsluiting op verschillende levensdomeinen.
- Armoede is meer dan te weinig geld hebben. Het is een complex geheel van problemen op verschillende levensdomeinen zoals gezin, huisvesting, gezondheid, onderwijs, welzijn, justitie, werk, cultuur, vrije tijd en burgerzin.
- Armoede is een onrecht en geen individueel falen, maar heeft maatschappelijke oorzaken.
- Recht-Op investeert in de krachten van elke deelnemer en streeft naar gelijkwaardigheid, participatie en krachtgericht werken.
- Recht-Op gaat in dialoog met de samenleving en beleid om duurzame veranderingen te bereiken.

- Recht-Op speelt in op actuele tendensen en werkt samen met een breed netwerk van partners.

Doelgroepen

1. **Primaire doelgroepen:**
 - Mensen in armoede
2. **Secundaire doelgroepen:**
 - Beleidsmakers en overheden
 - Sociale organisaties en hulpverleningsinstanties
 - Onderwijsinstellingen
 - Algemeen publiek
 - Media

Kernboodschappen

- **Complexiteit van armoede:** Armoede is meer dan een financieel tekort; het omvat uitsluiting op diverse levensdomeinen.
- **Maatschappelijke oorzaak:** Armoede is een gevolg van maatschappelijke structuren, niet van individueel falen.
- **Partners in verandering:** Mensen in armoede zijn cruciale partners in het bestrijden van armoede.
- **Dialogoog en samenwerking:** Duurzame veranderingen vereisen dialoog en samenwerking tussen alle betrokkenen.

Communicatiestrategieën

3. **Storytelling:** We gebruiken persoonlijke verhalen van mensen in armoede om de kernboodschappen kracht bij te zetten.
4. **Media-engagement:** We benaderen de media proactief voor artikelen, interviews en opiniestukken.
5. **Evenementen en workshops:** We organiseren evenementen en workshops om bewustwording te vergroten en beleidsmakers te betrekken.
6. **Social media campagnes:** We gebruiken sociale media om de boodschap breed te verspreiden en interactie met de gemeenschap te stimuleren.
7. **Partnering met organisaties:** We werken samen met andere sociale organisaties om gezamenlijke acties en campagnes op te zetten.

Actieplan

1. We creëren bewustwording door de man met de pet, beleidsmakers en professionals bewust te maken van de complexiteit dat armoede met zich meebrengt. Hun denkkader wordt hierdoor verruimd waardoor er een andere kijk is en dus pro actief gehandeld wordt.

- **Actie 1:** Tweemaal per jaar (voorjaar en najaar) verspreiden we gericht van onze materialen.
 - **Verantwoordelijke:** Collega 1
 - **KPI:** Aantal verspreide materialen en bereik
 - **Tijdslijn:** Elk jaar in maart en september
- **Actie 2:** We lanceren een jaarlijkse bewustwordingscampagne en doen dit heel gericht
 - **Verantwoordelijke:** Collega X
 - **KPI:** Behalen van vooropgestelde doelen (intern) en we monitoren digitale statistieken (extern).
 - **Tijdslijn:** Elk jaar in juni en november (meetpunten)

2. We vergroten betrokkenheid door mensen in armoedesituaties actief te betrekken. Ze zijn onderdeel van de organisatie. Participatie is ons vertrekpunt. Vertrekken vanuit ervaringen , zorgt voor efficiëntere acties en sluit aan op de noden.

- **Actie 1:** We gebruiken laagdrempelige en inclusieve communicatie om mensen te bereiken en motiveren.
 - **Verantwoordelijke:** Collega 3
 - **KPI:** Aantal nieuwe deelnemers en betrokkenheidsgraad door evaluatie momenten met de groep.
 - **Tijdslijn:** Doorlopend
- **Actie 2:** We gebruiken de juiste kanalen om de juiste mensen te rekruteren. We zijn aanwezig op de juiste plekken zowel fysiek als online.
 - **Verantwoordelijke:** Collega 4
 - **KPI:** Minimaal vijf nieuwe groepsdeelnemers per groep per jaar.
 - **Tijdslijn:** Tweemaal per jaar, Voorjaar en najaar actief rekruteren.
- **Actie 3:** We vertrekken steeds vanuit getuigenissen/ervaringen en brengen deze op een 'aantrekkelijke' manier naar buiten. We doen dat op verschillende manieren.

- **Verantwoordelijke:** Collega 4
- **KPI:** Eindproduct zoals podcast, beeld, theaterstuk, lied,...
- **Tijdslijn:** Steeds na een afgerond traject of quick wins

3. We hebben een politiserende rol en willen dus anderen en vooral beleidsmakers overtuigen dat de noodzaak om armoede structureel te bestrijden, essentieel is.

- **Actie 1:** Publiceren van opiniestukken.
 - **Verantwoordelijke:** Collega 5
 - **KPI:** Aantal gepubliceerde stukken en reacties
 - **Tijdslijn:** Minimaal 4 keer per jaar
- **Actie 2:** Beïnvloeding door aanbevelingen
 - **Verantwoordelijke:** Collega 6
 - **KPI:** Elk project sluit af met aanbeveling.
 - **Tijdslijn:** Jaarlijks

4. We nemen een expertiserol op en delen alle ervaringskennis die ons bereikt op een toegankelijke manier

- **Actie 1:** We organiseren een inspiratiedag,
 - **Verantwoordelijke:** Collega 7
 - **KPI:** Aantal bezoeken en evaluatie
 - **Tijdslijn:** Jaarlijks
- **Actie 2:** We spelen in op actuele tendensen en zijn zichtbaar in de (sociale) media.
 - **Verantwoordelijke:** Collega 8
 - **KPI:** Publicaties, posts,...
 - **Tijdslijn:** Maandelijks

5. We versterken organisaties door opgebouwde expertise te delen en professionals of zij die dat willen op maat te coachen en doen dit steeds met mensen die armoede ervar(d)en

- **Actie 1 :** We ontwikkelen een vormingspakket en trekken hiermee naar professionals, vrijwilligers of ieder die het wilt door een traject op maat aan te bieden
 - **Verantwoordelijke:** Collega
 - **KPI:** Aantal gegeven vormingen en deelnemers
 - **Tijdslijn:** Elk jaar in juni en november

6. We informeren de buitenwereld door kennis opgedaan opgedaan door ervaringen te delen

- **Actie 1:** Nieuwe website lanceren.
 - **Verantwoordelijke:** Collega 10
 - **KPI:** Websitebezoeken en gebruikersfeedback
 - **Tijdslijn:** Lancering in Q4 2024
- **Actie 2:** Gebruik van sociale media kanalen.
 - **Verantwoordelijke:** Collega 6
 - **KPI:** Hoeveelheid posts en interacties
 - **Tijdslijn:** Wekelijks