

**Versluys Groep**



**Versluys Groep**



Dammekant 89  
Postbus 47  
2410 AA Bodegraven  
Telefoon 0172-619235  
E-mail: [info@versluysgroep.nl](mailto:info@versluysgroep.nl)  
[www.versluysgroep.nl](http://www.versluysgroep.nl)

IBAN:: NL65ABNA0469200030  
BIC ABNANL2A  
K.v.K. Den Haag 29024903  
BTW-nr. NL005718521B01



## Communicatieplan

CO<sub>2</sub> reductie

Bedrijf:  
Versie:

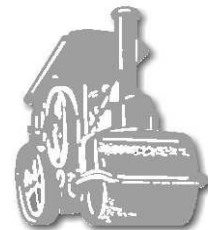
Auteur:  
Functie

Versluys Groep  
Definitief

Danny van Rooijen  
KAM-manager

# Communicatieplan

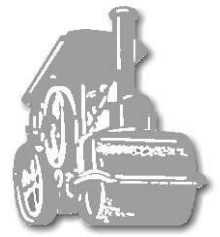
CO<sub>2</sub> reductie



## **Inhoudsopgave**

1. Inleiding .....	3
2. Overzicht in- en extern communicatie CO <sub>2</sub> -reductie .....	5
3. Colofon .....	6





## 1. Inleiding

Het communicatieplan volgens de ISO

Communicatie is belangrijk om de juiste informatie bij de juiste mensen te krijgen op het juiste tijdstip. Effectieve communicatie qua inhoud, methode en uitgezet in de tijd creëert vertrouwen bij interne en externe partijen. Het laat zien dat jij voorbereid bent een vooral proactief kan reageren op situaties.

Dit communicatieplan omvat zoals dat vermeld staat in paragraaf 7.4 van de ISO normen, maar communicatie wordt op diverse andere plekken ook genoemd. Zo besteed de ISO 9001:2015 er ook aandacht aan bij de paragrafen 8.2.1 en 7.1.3. De CO<sub>2</sub> volgens paragraaf 3.C.2

Wat is een communicatieplan

Paragraaf 7.4 vereist een antwoord op een serie van vragen:

- a. waarover te communiceren
- b. wanneer te communiceren
- c. met wie te communiceren
- d. wie moet communiceren
- e. hoe te communiceren, dus volgens welke processen de communicatie moet plaatsvinden.

Als we meer in detail kijken naar deze vragen zie we:

a. waarover te communiceren

De inhoud van de boodschap moet duidelijk zijn. Een organisatie moet dus helder communiceren wat voor hun belangrijk is en welk doel ze hebben met de boodschap. Je wilt met de boodschap immers iets bereiken, bijvoorbeeld gewenst gedrag.

Dus een boodschap om klanten te informeren tijdens een crisis zodat ze niet allemaal gaan bellen, moet dus zo zijn samengesteld dat de klant weet dat er gewerkt wordt aan het probleem, dat ze gerustgesteld zijn dat er alles aan gedaan wordt om het probleem op te lossen en dat ze niet de behoefte hebben om te gaan bellen.

SMART criteria kunnen helpen om de boodschap compleet te krijgen.

b. wanneer te communiceren

Communicatie kan continu zijn en gebaseerd op een gebeurtenis, zoals een incident.

Continue communicatie, bijvoorbeeld naar nieuwe medewerkers, kan herhaaldelijk verstuurd worden via verschillende kanalen zodat de boodschap niet wordt vergeten.

Je moet ook in staat zijn om de berichten te kunnen wijzigen of nieuwe berichten of formaten en kanalen in te voeren als de situatie dat vereist. Communiceren in normale omstandigheden is serieus verschillend in vergelijking met communicatie bij incidenten of speciale gebeurtenissen.

c. met wie te communiceren

Niet iedereen moet alle berichten ontvangen. Berichten moeten gericht zijn op een speciaal publiek en afhankelijk zijn van de classificaties van de organisatie. Het communicatieplan moet effectief zijn en dus zo zijn opgesteld dat alleen die personen aangesproken worden die ook daadwerkelijk iets met het bericht moet doen of de inhoud van het bericht moet weten. Denk hierbij aan o.a. gebruikers, interne en externe service providers, regelgevende instanties, aandeelhouders en belanghebbende.

d. wie moet communiceren

Een organisatie moet bepalen wie mag communiceren, of te wel, wie is geautoriseerd. Vooral als er gecommuniceerd moet worden naar externen.

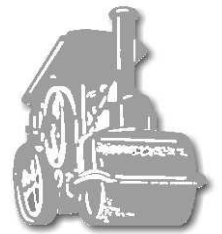
Voorbeeld van geautoriseerde personen zijn vaak, top management, hoofd ICT en de helpdesk. In grote organisaties is er een speciale PR manager die de communicatie op zich neemt.

Degene die communiceert moet wel een passende autoriteit hebben voor de boodschap die wordt verstuurd, zodat de ontvanger de juiste attentie geeft aan de boodschap en er op een gewenste manier op reageert.



# Communicatieplan

CO<sub>2</sub> reductie



## e. hoe te communiceren

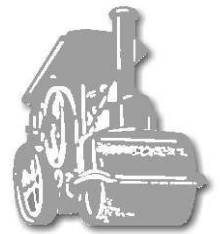
Hiermee wordt bedoeld het proces. Definieer kanalen en protocollen om zeker te zijn dat de boodschap de juiste personen bereikt op het juiste moment en met het beoogde resultaat van de boodschap. Voorbeelden van kanalen kunnen heel divers zijn afhankelijk van de soort boodschap en het doel van de boodschap. Denk aan email, nieuwsbrief, pop-up screens, posters, audio berichten, bijeenkomsten, folders, website, persoonlijk contact.

Het eenvoudigste voorbeeld van een protocol is een document beschrijft wat en hoe te communiceren om de doelstellingen van de boodschap te bereiken en aan te sluiten bij de doelstellingen van de organisatie. Protocollen moeten zijn voorbereidt en akkoord bevonden zodat bij incidenten of een crisis ze klaar liggen.



# Communicatieplan

CO<sub>2</sub> reductie



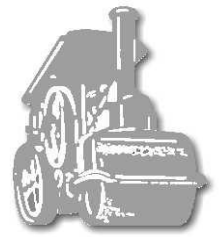
## 2. Overzicht in- en extern communicatie CO<sub>2</sub>-reductie

Wat?	Wie?	Hoe?	Doelgroep	Wanneer	Waarom?	Check
CO2 footprint	Verantwoordelijke CO <sub>2</sub> reductie	Toolbox Nieuwsbrief W-schijf op server	Intern	Elke zes maanden	eis 3.C.1	Nov - continu
CO2 footprint	Verantwoordelijke CO <sub>2</sub> reductie	Via: internet site, CO2 management SKAO	Extern	Elke zes maanden	eis 3.C.1	<a href="#">&gt;klik&lt;</a> <a href="#">&gt;klik&lt;</a>
CO2 reductie-doelstellingen	Verantwoordelijke CO <sub>2</sub> reductie	Managementreview Toolbox, nieuwsbrief en W-schijf op server	Intern	Elke zes maanden	eis 3.C.1	Review 2020 - continu
CO2 reductie-doelstellingen	Verantwoordelijke CO <sub>2</sub> reductie	Internet site CO2 management SKAO	Extern	Elke zes maanden	eis 3.C.1	<a href="#">&gt;klik&lt;</a> <a href="#">&gt;klik&lt;</a>
CO2 reductietips	Verantwoordelijke CO <sub>2</sub> reductie	Uitvoerdersoverleg / coördinatieoverleg	Intern	Elke zes maanden	Betrokkenheid medewerkers stimuleren	in notulen



# Communicatieplan

CO<sub>2</sub> reductie



## 3. Colofon

auteur(s) D. van Rooijen

versie 2.0

status Definitief

© Versluys Groep

Alle rechten voorbehouden. Het is niet toegestaan dit document geheel of gedeeltelijk te vermenigvuldigen of te distribueren aan derden zonder schriftelijke toestemming van Versluys & Zoon BV

