

Communicatieplan Neerpelt

Delen gemeentelijk wagenpark

De **lokale overheid** speelt een **cruciale rol** in het **communiceren over** het autodeelproject met het gemeentelijk wagenpark. Een duidelijke communicatie die permanent aanwezig is, is een essentiële stap om het delen van het gemeentelijk wagenpark en het particulier autodelen te promoten. Dit communicatieplan bevat enkele richtlijnen om promotie te maken voor het autodeelproject.

1. Aankondiging campagne

Organiseer een **persmoment** om de start van het autodeelproject aan te kondigen. Dit kan eventueel gekoppeld worden aan een lokaal event waarbij de deelwagen officieel onthuld wordt.

Daarnaast wordt via een artikel met heel **concrete voorbeelden, verhalen en teasers** de term “autodelen” kenbaar gemaakt. Daarnaast wordt meer informatie gegeven over het delen van het gemeentelijk wagenpark. In eerder landelijke gebieden kan de focus gelegd worden op het vermijden van een tweede wagen. Dit promo-artikel kan verschijnen in het gemeentelijk infoblad of krantjes van bv de Gezinsbond, de parochie, de wijk, milieuverenigingen, scholen, bedrijven, Femma, OCMW, enz...

Kies bij de lancering ook onmiddellijk een **datum voor de infosessie** (bij voorkeur max. 1 maand na lancering). In je communicatie kan je op die manier gericht mensen uitnodigen naar dit infomoment.

Autodelen.net beschikt over **standaardteksten** die aangepast kunnen worden naar de lokale voorkeuren.

- aankondiging delen gemeentelijk wagenpark
- algemeen persartikel over delen gemeentelijk wagenpark
- tekst voor op de website

2. Communicatiemiddelen

Het is vooral belangrijk om regelmatig en via verschillende communicatiekanalen te communiceren om het autodelen te promoten.

- artikel gemeentelijk infoblad
- item in elektronische nieuwsbrief
- aparte rubriek op de website
- banner op de welkompagina
- sociale media

Autodelen.net ontwerpt een **flyer** die de gemeente Neerpelt zelf kan **aanpassen** (Autodelen.net bezorgt de template). Zo kunnen de flyers gepersonaliseerd worden (logo gemeente/stad, contactgegevens, eventueel datum infomoment).



Deze flyers kunnen op **verschillende plaatsten** ter beschikking gelegd worden

- openbare gebouwen zoals gemeentehuis, OCMW, werkwinkel, Sociaal Huis, bibliotheek, Cultureel Centrum, lokaal dienstencentrum,
- bij de lokale middenstand, wachtzaal dokter, apotheek, lokale wereldwinkel, slager/bakker, ...

Ook **gericht flyeren** in buurten, op de parking van het station en warenhuizen, op de wekelijkse markt, kan ervoor zorgen dat meer mensen op de hoogte worden gebracht van het autodeelproject.

Daarnaast kan je als gemeente ook de lokale verenigingen/wijkcomités aanspreken/informereren of een brief bezorgen aan de ouders van de plaatselijke school.

Organiseert de gemeente een **markt/beurs/evenement**? Stel de deelwagen tentoon en informeer voorbijgangers over het delen van het gemeentelijk wagenpark en het particulier autodelen. Zo bereik je een groot aantal inwoners. Geïnteresseerden kunnen bovendien al een proefritje maken (als passagier) en hun gegevens noteren. Ideaal is om een **paar weken na dit evenement een infosessie** te organiseren (vooraf vast te leggen) en de geïnteresseerden via mail uit te nodigen.



Bovendien verhoogt een duidelijke **verwijzing** naar 'autodelen' op de gemeentelijke **dienstwagen** het **succes** van het project. Door een **sticker** op de wagen kunnen anderen zien dat ze de gemeentelijke dienstwagen kunnen lenen. De sticker kan je bijvoorbeeld op de achterkant of aan de zijkant van de auto bevestigen. Door een **sticker**

met het opschrift “De Gemeente X deelt deze auto! Straks ook met u?” (richtprijs 260 euro) worden mensen onmiddellijk aangesproken.

3. Persaandacht

Persaandacht is een **belangrijke trigger** om **mensen** te **informer**en over het **autodeelproject**. Hieronder enkele **momenten die interessant zijn** om een **persconferentie** te organiseren of een **persbericht** te versturen.

- Naar aanleiding van de officiële start van het autodeelproject
- Naar aanleiding van een rit door een eerste gebruiker
- Naar aanleiding van het infomoment / autodeelparty
- Naar aanleiding van de organisatie van een eerste autodeelparty
- Naar aanleiding van de oprichting van een nieuwe autodeelgroep
- ...

4. Acties om autodelen te promoten

De gemeente Neerpelt kan ook nog andere incentives nemen om het autodelen verder te promoten.

- Incentives om autodeelparty te promoten
 - Bv. 1^{ste} vijf personen die autodeelparty organiseren, krijgen OXFAMbon ter waarde van X euro om hapjes en drankjes aan te schaffen
- Organisatie van autodeelparty in aanwezigheid van Schepen
- Informatie/flyer over autodelen voorzien voor nieuwe inwoners
- Burgemeester en/of schepencollege bemannen een informatiestandje tijdens een lokale markt of evenement
- Lidgeld Autodelen.net betalen
- Andere?...

Overzicht timing communicatie

Wanneer?	Wat?
Officieel startmoment	<ul style="list-style-type: none">● persbericht/persmoment (onthulling deelwagen?)● lancering op beurs/markt/evenement gemeente (+ mogelijkheid om contactgegevens te noteren)● verspreiden van affiches en flyers op diverse locaties

	<ul style="list-style-type: none"> ● concrete informatie aanpassen op homepage en website gemeente gekoppeld aan datum infosessie
Maand voor infomoment (bij voorkeur in de maand na de officiële start)	<p>Communiceren in:</p> <ul style="list-style-type: none"> - stedelijk infoblad - lokaal/buurt infoblad - website van de stad - elektronische nieuwsbrief - sociale media o.a. Facebook, Twitter - ... <ul style="list-style-type: none"> - Verspreiden van flyers met datum infosessie op diverse locaties - Eventuele persconferentie en/of - bericht
twee weken voor het infomoment	<ul style="list-style-type: none"> - Herhaling in elektronische nieuwsbrief van de stad - Flyeren op wekelijkse markt, op parking, - Aankondiging via Facebook en Twitter
één week voor het infomoment	<ul style="list-style-type: none"> - Versturen van een persbericht naar lokale media - Communicatie twee dagen voor infosessie via sociale media
dag van het infomoment	<ul style="list-style-type: none"> - Extra oproep via sociale media (Facebook en twitter)
Na de infomomenten	<p>Herhaal regelmatig, promoot, lanceer een actie/wedstrijd, treed naar buiten met het project.... bv. zet de 10e gebruiker in de bloemetjes, organiseer een persmoment n.a.v. de 1000 ste, 5000 ste, 10000 ste gedeelde km.</p> <p>Hulp nodig? Contacteer Autodelen.net (kathy@autodelen.net of 09 242 32 75)... we helpen je graag verder.</p>