voorbeeldcommunicatie campagne ‘Mijn warme thuis’

1. **UITNODIGING BUURTBEWONERS**
* **Zender**: Het lokaal dienstencentrum
**Ontvanger**: De buurtbewoners
**Boodschap**: We nodigen je uit op ons lokaal koffiemoment op (datum), (locatie). Wees erbij!
**Kanalen**: Flyer die gebust wordt bij buurtbewoners (als uitnodiging)
**Nodig**:
	+ copy voor de uitnodiging

Hallo bewoner van xxx (naam buurt)

Of

Hallo buurtbewoner

Ken jij ons lokaal dienstencentrum al? Het is een plek waar je altijd welkom bent. Voor een activiteit, om hulp te krijgen of gewoon voor de gezelligheid. We zijn een warme thuis voor iedereen.

**Koffietje?**

Om de hele buurt te laten kennismaken met onze werking organiseren we een speciaal koffiemoment. We nodigen ook jou uit aan onze mobiele koffiebar. Die zal op datum op die bepaalde plek staan. Er is gratis koffie en andere warme drank. Niemand minder dan naam bekende persoon zal er ook zijn om met iedereen een babbel te doen.

Breng gerust je buren en huisgenoten mee!

*Ja, ik kom op de koffie!*

*Dag – datum – uur – plaats*

1. **MAIL PARTNERORGANISATIES EN STAKEHOLDERS**
* **Zender**: Het lokaal dienstencentrum
**Ontvanger**: Lokale partnerorganisaties en stakeholders (bv politici)
**Boodschap**: Over de campagne (doel, timing). Draag deze campagne mee uit, want relevant voor jouw doelgroep! Promotiemateriaal en meer info vind je op [url]. En kom naar het koffiemoment voor het lokale lanceringsmoment.
**Kanalen**: Mail
**Stijl**: Uitnodigend, duidelijk, vriendelijk
**Nodig**:
	+ copy voor de mail die de lokale digibank kan sturen naar deze partnerorganisaties met de vraag om mee te communiceren
	+ copy met een uitnodiging voor het koffiemoment; dit tekstje kunnen ze toevoegen of weglaten naargelang de ontvanger (en of die wordt uitgenodigd of niet)

Onderwerp mail: Maak mee het verschil voor wie een warme thuis nodig heeft

Beste (naam persoon of organisatie)

**Een warme thuis voor iedereen**, daar werken we samen aan. De lokale dienstencentra (LDC’s) bieden al 50 jaar een onmisbare aanvulling op het klassieke zorgaanbod. Om onze werking in de kijker te zetten, lanceren we op 30 april de jubileumcampagne ‘Mijn warme thuis’. Als partner / betrokkene kan je die mee uitdragen. Zo bereiken we nog meer mensen voor wie we het verschil kunnen maken!

**Programma gericht op preventie**

De campagne belicht de verschillende troeven van de LDC’s. Van ontmoetingsplek tot concrete hulpverlening. Het hele aanbod is gericht op preventie door mensen te verbinden, zorg te dragen voor zichzelf en de anderen, en daardoor langer kwalitatief thuis te blijven wonen.

**Kant-en-klaar communicatiemateriaal**

Om mee te communiceren kan je gebruik maken van gebruiksklaar materiaal: tekst voor gemeente- of stadsmagazine, campagnebeelden in verschillende formaten, foto’s, persbericht, tekst voor je nieuwsbrief, posts voor sociale media … Het materiaal vind je eind maart op de website van vvsg.

**Koffietje?**

Als kick-off van de campagne organiseren we een bijzonder koffiemoment voor alle buurtbewoners. Ook jij bent natuurlijk welkom aan onze mobiele koffiebar. Die zal op datum op die bepaalde plek staan. Niemand minder dan naam bekende persoon zal er zijn om met iedereen een babbel te doen. We verwachten ook de pers.

* Kom je af? Fijn! Laat het even weten aan naam@mailadres.be

Meer info over de campagne: [www.mijnwarmethuis.be](http://www.mijnwarmethuis.be).

Erg bedankt alvast voor je medewerking

Naam

Lokaal Dienstencentrum xxxx

1. MAIL VOOR KOEPELORGANISATIES

**Zender**: Vvsg
**Ontvanger**: Koepelorganisaties die lokale organisaties bereiken, die op hun beurt de primaire doelgroep van de campagne bereiken (bv VLOZO voor de Vlaamse woonzorgcentra)
**Boodschap**: Opzet, doel en timing van de campagne. Vraag jouw achterban/doelgroep/… om deze campagne mee uit te dragen, want ze is relevant voor hun doelgroep! Promotiemateriaal en meer info vinden ze op [url].
**Kanalen**: Mail en website
**Stijl**: Mag wat formeler, hoeft niet zo eenvoudig taalgebruik te zijn, wel duidelijk en uitnodigend om deze info te delen met hun doelgroep
**Nodig**:

* + copy voor de mail die vvsg kan sturen naar deze koepelorganisaties met de vraag om mee te communiceren naar hun doelgroep
	Onderstaande mail kan je gebruiken als inspiratie (deze mailing vertrekt naar de LDC’s vanuit vvsg).

Onderwerp mail: **LDC’s en lokale organisaties: samen voor een warme thuis**

Beste communicatiecollega

Al 50 jaar zijn lokale dienstencentra (LDC) een warme thuis voor tienduizenden mensen.De lokale organisaties spelen hierin een belangrijke rol. We betrekken hen dan ook graag in de jubileumcampagne die het belang en de preventieve waarde van LDC’s in de kijker zet.

**Oproep voor jouw achterban**

Onder de noemer ‘Mijn warme thuis’ loopt vanaf 30 april de campagne voor het brede publiek. We vragen jouw achterban om die mee uit te dragen. We mikken tenslotte op dezelfde doelgroep en samen bereiken we nog meer mensen voor wie we het verschil kunnen maken!

De campagne belicht de verschillende troeven van de LDC’s. Van ontmoetingsplek tot concrete hulpverlening. Het hele aanbod is gericht op preventie door mensen te verbinden, zorg te dragen voor zichzelf en de anderen, en daardoor langer kwalitatief thuis te blijven wonen. Nu al benieuwd? In deze [startpresentatie](https://mcusercontent.com/24bf8e060b678f970b7ffe69f/files/ae1028fc-c72f-a3b0-3601-ec8d5a82b47e/20230127_Karakters_campagne_LDC.pdf?utm_source=Jaarbericht&utm_campaign=ac674efc95-EMAIL_CAMPAIGN_2023_02_16_10_36_COPY_01&utm_medium=email&utm_term=0_-804a47b619-%5BLIST_EMAIL_ID%5D) verneem je meer over de zes lokale campagneacties, de campagnevideo’s, de social mediacampagne en veel meer.

**Kant-en-klaar communicatiemateriaal**

Om mee te communiceren kunnen de lokale organisaties gebruik maken van gebruiksklaar tekst- en beeldmateriaal. Ter inspiratie is er alvast deze [**voorbeeldtekst**](https://eur06.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2F%2Fmcusercontent.com%2F24bf8e060b678f970b7ffe69f%2Ffiles%2F68b0f8ad-cc23-3321-8823-90e7e8e904eb%2FCampagne_LDC_30april2023_tekst_print_magazines.docx%3Futm_source%3DJaarbericht%26utm_campaign%3Dac674efc95-EMAIL_CAMPAIGN_2023_02_16_10_36_COPY_01%26utm_medium%3Demail%26utm_term%3D0_-804a47b619-%255BLIST_EMAIL_ID%255D&data=05%7C01%7Csabine%40karakters.be%7C30ddd5e293a14281a54508db1420004c%7Cb399940ecd704812ae06b4cd0554610b%7C0%7C0%7C638125899890252604%7CUnknown%7CTWFpbGZsb3d8eyJWIjoiMC4wLjAwMDAiLCJQIjoiV2luMzIiLCJBTiI6Ik1haWwiLCJXVCI6Mn0%3D%7C3000%7C%7C%7C&sdata=sNKlcqBXgZvtRxE4pn%2BLddmQ2ZihY0o%2FK4WYYzDhVJg%3D&reserved=0). Pas die gerust aan met informatie uit de lokale context. Er is ook materiaal voor een nieuwsbrief, social mediaposts, persbericht … Het hele communicatiepakket staat vanaf eind maart klaar op de website van vvsg.

**Over de campagne ‘Mijn warme thuis’**

Deze campagne is een initiatief van de Vereniging van Vlaamse Steden en Gemeenten (VVSG vzw) met de steun van het Vlaams Agentschap Zorg en Gezondheid. Vlaanderen wil de preventieve functie van lokale dienstencentra (LDC) verder versterken én breder bekendmaken. Om dit te realiseren kende de Vlaamse overheid een [projectsubsidie](https://eur06.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2F%2Fwww.vvsg.be%2Fkennisitem%2Fvvsg%2Fproject-preventieve-functie-ldc%3Futm_source%3DJaarbericht%26utm_campaign%3Dac674efc95-EMAIL_CAMPAIGN_2023_02_16_10_36_COPY_01%26utm_medium%3Demail%26utm_term%3D0_-804a47b619-%255BLIST_EMAIL_ID%255D&data=05%7C01%7Csabine%40karakters.be%7C30ddd5e293a14281a54508db1420004c%7Cb399940ecd704812ae06b4cd0554610b%7C0%7C0%7C638125899890252604%7CUnknown%7CTWFpbGZsb3d8eyJWIjoiMC4wLjAwMDAiLCJQIjoiV2luMzIiLCJBTiI6Ik1haWwiLCJXVCI6Mn0%3D%7C3000%7C%7C%7C&sdata=%2Bwf1dKxHRpVAvFdiDlYPGA5eq5d6ufEXQXoPgQmap8I%3D&reserved=0) toe aan de VVSG. De partners in dit project zijn Gezond Leven, het Logo, de Vlaamse Gemeenschapscommissie, de Vereniging van Vlaamse Lokale Dienstencentra en Zorgnet-Icuro.

Laten we er samen een succes van maken!

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|

|  |  |
| --- | --- |
|

|  |
| --- |
| **Vragen?**Lore Vandeurzen, stafmedewerker zorg & gezondheidKatrien Gordts, stafmedewerker communicatie |

 |

 |