

# Inleiding over communicatie

## 1.1 Communicatie in het algemeen

*Communicatie is een echt vak. Dat kan ook niet anders met de toename van al die mogelijkheden van instrumenten, media en methodieken.*

In het algemeen kunnen we stellen dat de doelstelling van communicatie voor organisaties en projecten bedoeld is om de doel(publieks)groepen:

- Te informeren
- Beeld over de organisatie te schetsen
- Te behouden als goede relaties

Daarbij is communicatie:

- Stelselmatig van aard, dus plan- en regelmatig
- Wederzijds om te streven naar een dialoog
- En begripvol, tussen afzender en uw ontvanger

Communicatie valt uiteen in de disciplines w.o.:

- **Corporate communicatie**  
Het creëren van een positief beeld van uw organisatie en beleid.
- **Marketing communicatie**  
Het instandhouden of vergroten van afzet van diensten.
- **Public affairs**  
Het instandhouden van en het verbeteren van contacten met (overheids) en beleidsinstanties.
- **Interne communicatie**  
Het bevorderen van communicatie binnen de organisatie.
- **Media relaties**  
Het bevorderen van informatieoverdracht en organisatiebeeldvorming naar de media.

Daarmee is er ook verschil met veel andere communicatie-entiteiten als reclame, internet, E marketing, sponsoring, sales promotion etc. Maar alle entiteiten vormen samen het communicatiebeleid van de totale organisatie. Zij versterken elkaar.

## 1.3 Communicatiedoelgroepen

Communicatie(doel)groepen zijn voor iedere organisatie anders. Iedere doelgroep kent eventueel een specifieke boodschap en een specifiek medium om hen te bereiken. De onderstaande lijst geeft een beknopt overzicht van mogelijke groepen.

- Politiek (hogere en lagere)
- Ambtelijk apparaat
- Adviseurs (accountant, etc)
- Raad van bestuur
- Stuurgroep
- Commissie van toezicht
- Mededingingsautoriteit
- Leveranciers (uw drukker bijvoorbeeld)
- Medewerkers
- Samenwerkingspartners
- Pers en media (algemeen en vakpers / AV media)
- Buren en kantoorrelaties
- Vakonderwijs instellingen in uw branche
- Beroeps- en brancheorganisaties
- Vakbonden
- Ondernemingsraad
- Personeelsvereniging
- Vergunningsinstanties
- Lobbyisten
- Consumentenorganisaties
- Actiegroepen
- Geld- en subsidieverschaffers



Reclame	Communicatie en PR
Eenrichtingsverkeer	Tweerichtingsverkeer
Massamediaal	Ook persoonlijk
Verkoopbevorderend	Schetst positief beeld
Product centraal	Beleid en organisatie centraal
Richt zich op klanten en prospects	Richt zich op breed publiek
Betaalde publiciteit (commercials/advert.)	Ook gratis publiciteit (persberichten)
Via gekochte uitingen van derden	Ook via alle uitingen van de organisatie