

Afdeling	: CS - Communicatie	B&W-voorstel:
Naam opsteller voorstel	: Lindy Bos (0495-575404)	DJ-1989055
Portefeuillehouder	: mr. R.J.H. (Raymond) Vlecken CBM	Zaaknummer: 1988946
		Publicatie: Openbaar

**Onderwerp**

Sociale mediastrategie gemeente Weert.

**Voorstel**

De sociale mediastrategie van de gemeente Weert vast te stellen.

**Inleiding**

Met communicatie werken we op allerlei manieren actief aan de verbinding met inwoners, ondernemers en organisaties. Want alléén in verbinding zorgen we als gemeente écht voor impact. Dat is altijd maatwerk, want iedere doelgroep is anders. En wat voor de één werkt, werkt voor een ander juist helemaal niet. Door ons zo goed mogelijk te verplaatsen en te verdiepen (onderzoek, statistieken) in de verschillende doelgroep(en), proberen we de communicatie zoveel mogelijk te laten aansluiten bij de behoefte van die doelgroep(en).

We zetten daarvoor een divers scala aan communicatiemiddelen in. Naast de meer traditionele communicatiemiddelen zoals folders, zijn er ook steeds meer digitale mogelijkheden. Sociale media is er daar één van. Via sociale media kunnen we veel mensen op een relatief snelle en makkelijke manier te bereiken. Tegelijkertijd is de hoeveelheid informatie online zó groot, dat het een uitdaging is om de juiste mensen te bereiken met onze berichtgeving.

Ook de gemeente Weert zet sociale media in als één van de communicatiemiddelen. Op dit moment communiceren we actief via Facebook, LinkedIn en Twitter. Maar hier laten we nog kansen liggen. Daarom is er een sociale mediastrategie opgesteld.

Ieder sociale mediakanaal heeft andere gebruikers én andere content. Daarom hebben we inzichtelijk gemaakt waar onze doelgroepen zich bevinden. Vervolgens hebben we bepaald via welke kanalen we wat voor content delen met wat voor doelgroepen. En op wat voor manier: met welke toon en uitstraling? We maken gerichte keuzes, zodat we onze sociale media zo optimaal mogelijk kunnen inzetten om inwoners te bereiken.

**Beoogd(e) doel(en)**

Weert, 1 mei 2023	S		B	W	W	W	W	W
	AV		RV	MvdH	WvE	SW	LS	MF
		akkoord						
		bespreken						

Soort besluit: Besluit college

**In te vullen door het B&W secretariaat:**

- Akkoord
  Niet akkoord  
 Akkoord met tekstuele aanpassing door portefeuillehouder
  Gewijzigde versie  
 Anders, nl.:

Beslissing d.d.: 23 mei 2023

Nummer: 2

De secretaris,



Totaal aantal pagina's: 5  
Pagina 1

*We zijn actief in verbinding met meer inwoners via sociale media.*

We proberen de gemeentelijke communicatie zoveel mogelijk te laten aansluiten bij de doelgroep(en). Door verschillende sociale mediakanalen op verschillende manieren in te zetten, kunnen we zoveel mogelijk inwoners in verschillende leeftijdscategorieën bereiken. Dat vormt de basis voor goede informatievoorziening aan en communicatie met inwoners via sociale media. Waar mogelijk, zoeken we zoveel mogelijk actief de verbinding met inwoners.

### **Te behalen resultaten**

In 2023 en 2024 weten meer inwoners de gemeente Weert te vinden op sociale media, volgen daar nieuws en informatie van de gemeente en zijn betrokken bij onze berichten.

### **Uit te voeren activiteiten**

- Inzetten van nieuwe sociale mediakanalen vanaf medio juni 2023 (Instagram voor structurele communicatie, Snapchat als mogelijkheid voor advertenties)
- Ontwikkelen en gebruiken van visuele sjablonen in de gemeentelijke huisstijl, voor het beeldmateriaal dat we delen op sociale media.
- We gebruiken 3 vaste thema's om meer richting te geven aan onze berichten. Die vormen de basis voor hoe we communiceren op sociale media. Zo zorgen we ervoor dat de content altijd past bij datgene waar de gemeente Weert voor staat.
- Meer onder de aandacht brengen van de verschillende sociale mediakanalen van de gemeente Weert. We doen dit eenmalig met een betaalde advertentiecampagne (impuls). Ook daarna blijven we op allerlei manieren aandacht vragen voor de sociale mediakanalen, onder andere via onze website.
- Jaarlijks updaten van de sociale mediastrategie, als dat nodig is. Dit doen we op basis van landelijke sociale mediatrends en -cijfers voor onze doelgroepen en sociale mediakanalen.

### **Argumenten**

*Via sociale media kunnen we op een relatief snelle en makkelijke manier communiceren.* Maar liefst 97% van de Nederlanders is online actief. Gemiddeld besteden we iedere dag 114 minuten tijd aan sociale media (Newcom, 2023). Daar liggen kansen: sociale media bieden de mogelijkheid om duizenden mensen op een relatief snelle en makkelijke manier te bereiken (vergeleken met bijvoorbeeld een huis-aan-huis-brief).

*Met een strategie kunnen we sociale media-activiteiten doelgericht uitvoeren.*

Een sociale mediastrategie helpt ons keuzes te maken in hoe we via sociale media communiceren met inwoners. Zodat de berichten op onze sociale mediakanalen zo goed mogelijk aansluiten bij informatiebehoefte van inwoners. Op die manier slaan we beter de brug tussen datgene dat inwoners bezig houdt en het beleid en plannen van de gemeente.

*Onze communicatie sluit beter aan bij de doelgroep(en).*

We hebben onderzoek gedaan (trends, statistieken) naar onze doelgroepen én via welke sociale mediakanalen zij het beste bereikbaar zijn. Daar sluiten wij op aan: we maken gerichte keuzes welke sociale mediakanalen we inzetten om welke doelgroep te bereiken. We plaatsen dus niet zomaar alle berichten op alle kanalen.

*We bereiken via sociale media meer (verschillende) doelgroep(en) dan nu.*

Met de huidige sociale mediakanalen bereiken we niet alle doelgroepen. Vanuit de nieuwe strategie gaan we daarom een nieuw sociale mediakanaal inzetten: Instagram. Hierdoor bereiken we ook andere doelgroepen, namelijk jongeren en jongvolwassenen. Deze bereiken we op dit moment amper.

*We zorgen voor meer herkenbaarheid en richting in onze sociale mediaberichten.*

Als gemeente zijn we bezig met heel veel verschillende onderwerpen. Om toch structuur in aan te brengen in een 'wirwar' van onderwerpen, maken we op sociale media gebruik van zogenaamde contentthema's. Een soort 'categorieën' voor onze berichten.

Daarnaast gebruiken we sjablonen voor onze beelden, wat zorgt voor een herkenbare visuele uitstraling en het uitdragen van onze corporate identiteit.

*We dragen (ook) via sociale media uit waar we aan werken in onze gemeente.*

Met de strategische visie 'Verwonder je in de groene thuishaven Weert' hebben we de richting aangegeven waar we heen willen. Samen met inwoners, ondernemers en organisaties. Inmiddels wordt er al op allerlei manieren gewerkt aan de uitvoering hiervan. Communicatie is hierin een belangrijke factor: door te laten zien waar we voor staan, waar we voor gaan en hoe we dat doen. Dat maken we ook via sociale media zichtbaar.

## **Kanttekeningen en risico's**

*De ontwikkelingen in sociale media gaan razendsnel.*

Het sociale medialandschap is continu in beweging. Nieuwe platformen, functies, algoritmes en trends schieten als paddenstoelen uit de grond. Doelgroepen verschuiven van het ene naar het andere platform. Daarom is deze sociale mediastrategie ook niet in beton gegoten. We kijken jaarlijks naar sociale mediatrends en -cijfers voor onze doelgroepen, sociale mediakanalen en het gebruik ervan. Op basis daarvan kunnen we de strategie waar nodig bijstellen.

*De strategie gaat niet over webcare (dienstverlening via sociale media).*

De sociale media van de gemeente Weert zijn ook een digitale 'balie' waar inwoners terecht kunnen met meldingen en vragen. De webcare, de dienstverlening via sociale media, wordt uitgevoerd door het webcareteam (onderdeel van het Klant Contact Centrum, afdeling Dienstverlening). Om de dienstverlening via sociale media te verbeteren, wordt er door team Communicatie en de afdeling Dienstverlening gewerkt aan een webcarestrategie.

*De strategie gaat niet in op participatie/interactie via sociale media.*

Er wordt op dit moment gewerkt aan het verder ontwikkelen van het participatiebeleid: hoe kunnen we participatie verder handen en voeten geven in de gemeente Weert? Dat we inwoners actiever betrekken bij plannen en ontwikkelingen én dat we als gemeente actiever meedoen met wat inwoners zelf doen. Welke middelen we daar voor gaan/kunnen inzetten, is een vervolgvraag. Een van die middelen kan sociale media zijn.

## **Financiële, personele en juridische gevolgen**

### Financiële gevolgen

#### *Designtool Canva*

Voor het maken van herkenbare beelden gaan we de online designtool Canva gebruiken. De kosten hiervan zijn €139,90 per jaar. Dit wordt betaald uit het reguliere Communicatiebudget (budget 50432 communicatie, categorie 43822 en specificatie 3045 externe communicatie).

#### *Promotie sociale mediakanalen*

Om de verschillende sociale mediakanalen van de gemeente Weert beter onder de aandacht te brengen bij inwoners, zetten we eenmalig een advertentiecampaagne in. De kosten hiervan zijn €200,00. Met een budget van €200,00 kunnen we 3 weken lang een

campagne inzetten op Facebook en Instagram in de regio Weert. Hiermee bereiken we dagelijks tussen de 1.100 en 3.100 mensen. Dit wordt betaald uit het reguliere Communicatiebudget (budget 50432 communicatie, categorie 43822 en specificatie 3045 externe communicatie).

#### Personele gevolgen

De sociale mediawerkzaamheden vallen binnen de reguliere werkzaamheden van het team Communicatie.

#### Juridische gevolgen

Vanwege grote risico's op het gebied van (informatie)veiligheid en privacy, kiezen we ervoor om TikTok niet in te zetten als sociale mediakanaal, ondanks de enorme populariteit en kansen om jongeren te bereiken.

### **Overleg gevoerd met**

#### Intern:

- Géraldine Stroux, afdelingshoofd Concernstaf
- Team Communicatie
- *Voor privacyrisico's:* Janine Wolters, privacy officer, afdeling Informatievoorziening
- *Voor informatieveiligheid:* Natascha Westen, chief information security officer (CISO), afdeling Informatievoorziening
- *Voor inzet applicatie Canva:* Menno Spijker, informatieadviseur, afdeling Informatievoorziening
- *Voor organisatie webcare:* Rian Doggen, afdelingshoofd Dienstverlening
- *Voor organisatie webcare:* Joanny Steijvers, coördinator Publiekszaken, afdeling Dienstverlening

### **Participatie**

Niet van toepassing.

### **Communicatie**

#### *Intern*

- We informeren de collega's van het webcareteam (en de rest van het Klant Contact Centrum, afdeling Dienstverlening) over de inzet van de nieuwe kanalen en organiseren uitleg/instructie hiervoor.
- We informeren collega's over de strategie en de nieuwe sociale mediakanalen, via een nieuwsbericht op het intranet en ludieke posters op de koffieplekken in het stadhuis.
- We informeren gemeenteraadsleden (als ambassadeurs) hierover via de nieuwsbrief van de Griffie.

#### *Extern*

Om de nieuwe sociale mediakanalen te introduceren en de bestaande sociale mediakanalen van de gemeente Weert beter onder de aandacht te brengen bij inwoners, zetten we eenmalig een advertentiecampagne in.

### **Planning**

De planning\* hiervoor is als volgt:

<b>Datum/periode</b>	<b>Actie</b>
Mei / juni 2023	Instellingen en nieuwe kanalen "inrichten" via de verschillende platforms
Mei 2023	Ontwikkelen visuele sjablonen in huisstijl gemeente Weert
Mei 2023	Aanschaf Canva en klaarzetten sjablonen
Mei / juni 2023	Uitleg/instructie nieuwe sociale mediakanalen voor webcareteam
Mei / juni 2023	Korte uitleg nieuwe sociale mediakanalen en webcare voor Klant Contact Centrum
Medio juni 2023	Livegang nieuwe sociale mediakanalen gemeente Weert
Medio juni 2023	Start betaalde promotie sociale mediakanalen gemeente Weert
1ste kwartaal 2024	Jaarlijkse check/update sociale mediastrategie

\* Afhankelijk van proces besluitvorming

### **Evaluatie**

De ontwikkelingen in sociale media gaan razendsnel en deze strategie is daarom ook niet in beton gegoten. We kijken jaarlijks naar sociale mediatrends en –cijfers voor onze doelgroepen, sociale mediakanalen en het gebruik ervan. Op basis daarvan kunnen we de strategie waar nodig bijstellen.

### **Bijlage(n)**

- Sociale mediastrategie gemeente Weert (2023)

