



Checklist voor het opmaken van je eigen communicatiemix

Philippe Bocklandt - oktober 2015

- Zet bovenaan in de kolommen de belangrijkste [communicatiedoelen](#) die je wil bereiken.
- Schrap in de rijen die communicatiekanalen die je nooit zal gebruiken
- Vink die cellen aan bij de communicatiekanalen die je voor bepaalde doelen wil gebruiken

communicatiekanalen
Pers						
Kranten en magazines - redactioneel						
Kranten en magazines - advertenties						
Televisiespots						
Radiospots						
TV-redactioneel						
Radio-redactioneel						
Gedrukte media						
Flyers						
Folders						
Brochures						
Brief						
Eigen tijdschrift						
Affiches – aanpakborden						
Mondelinge media						
Loket – balie						
Persoonlijk gesprek						
Uiteenzetting voor een groep						
Infolijn (burger naar overheid)						
Telefoon (overheid naar burger)						
Stand						
Digitale media						
Website						
e-mail						
e-zine						
Sms-berichten						
Chat						
Apps						
Facebook						
Facebook -advertenties						
Twitter						
Linked In						
Youtube						
Elektronische infoborden						
...						

Bron: gebaseerd op Goubin, E. (2015) *Analoog of digitaal? Inclusief communiceren in de internetsamenleving*. Brussel: Politeia.

Meer kader en duiding bij deze checklist vind je op '[offline en online communicatiemix](#)'
 Deze tekst maakt deel uit van 'Sociaal werk netwerk online'
 – een gps en tools om professioneel te communiceren op sociale netwerksites.
 Dit materiaal kwam tot stand via 4 lerende netwerken met 50 beroepskrachten uit sociaal werkorganisaties. Dit project werd opgezet door Cera en de Arteveldehogeschool.
 Voor alle materiaal: www.sociaal-werk-netwerkt-online.be