

Inclusieve Marketingcommunicatie met ruggengraat

Workshop · 45 minuten



Vandaag

1. Wanneer is communicatie inclusief?
2. Inclusief = iedereen?
3. Radicale gastvrijheid
4. Drie reflexen
5. Inclusiviteit betekent keuzes maken
6. Communiceren met ruggengraat
7. Oefening: Positie kiezen
8. De Shitstorm
9. De Spiegel
10. Wat moet een organisatie vooraf weten?

Wanneer is communicatie eigenlijk inclusief?

Inclusieve marketingcommunicatie gaat niet alleen over representatie, toegankelijke taal of zorgen dat niemand zich buitengesloten voelt.

Het gaat ook over:

- Wie beschouwen we eigenlijk als onze gast?
- Wie voelt dat een organisatie, programma of campagne óók voor hen bedoeld is?
- Wat gebeurt er wanneer inclusiviteit niet comfortabel meer is, maar daadwerkelijk iets van een organisatie vraagt?

Wat verstaan we onder inclusieve communicatie?

Representatie

Wie zien en horen we terug?

Toegankelijkheid

Wie kan onze communicatie vinden, begrijpen en gebruiken?

Bereik

Wie bereiken we wel en wie niet?

Erbij horen

Wie krijgt het gevoel: dit is ook voor mij?

Maar: inclusief = iedereen?

- Moet iedereen zich in iedere campagne kunnen herkennen?
- Moet iedereen zich altijd aangesproken voelen?
- Kan communicatie inclusief zijn als je bewust één groep aanspreekt?
- Kan ruimte maken voor de één voelen als uitsluiting voor de ander?



Radicale gastvrijheid

Niet: Hoe zorgen we dat iedereen tevreden blijft?

Maar:

Wie willen we uitnodigen?

Bewust kiezen wie je aanspreekt en welkom heet.

Wie krijgt toegang?

Drempels herkennen en actief wegnemen.

Wie voelde zich nooit welkom?

Wie heeft jarenlang níét het gevoel gehad dat deze plek voor hen bedoeld was?

Drie mogelijke reflexen

1 "Hoe zorgen we dat niemand hier boos om wordt?"

2 "Hoe zorgen we dat iedereen zich hierin kan herkennen?"

3 "Voor wie maken we dit, waarom vinden we het belangrijk dat dit er is en hoe zorgen we dat die mensen zich daadwerkelijk aangesproken en welkom voelen?"

Inclusiviteit betekent keuzes maken

- Je kunt bewust ruimte maken voor een specifieke groep.
- Je kunt een bepaald perspectief centraal stellen.
- Je kunt ergens expliciet voor staan.

Als je iedereen probeert aan te spreken, maak je soms communicatie waarin uiteindelijk niemand zich echt aangesproken voelt.

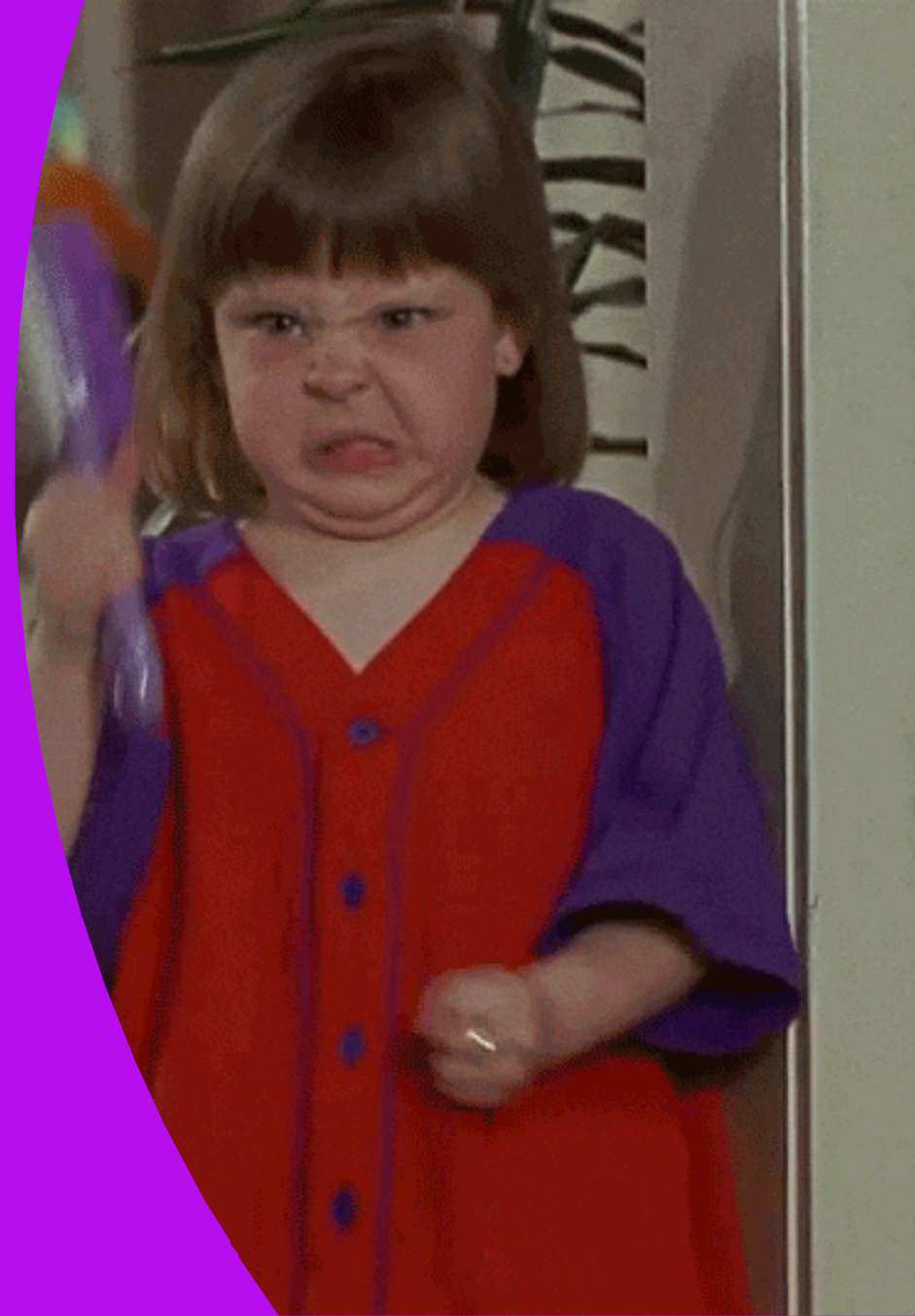
En dan komt er weerstand

"Waarom krijgen zij deze ruimte?"

"Waarom moet een organisatie zich hiermee bemoeien?"

"Waarom worden wij uitgesloten?"

"Waarom moet dit zo expliciet?"



Communiceren met ruggengraat

Ruggengraat betekent *niét*:

Koppig zijn

Kritiek negeren

Onmiddellijk in de aanval gaan

Ruggengraat betekent *wél*:

Weten waarom je een keuze hebt gemaakt

Onderscheid maken tussen kritiek om van te leren en weerstand die voortkomt uit dát je een keuze hebt gemaakt

Niet bij iedere boze reactie je eigen uitgangspunten verlaten

OEFENING

Positie kiezen

Waar sta jij? Wat verdedig jij, en waarom?



09.17 UUR

De Shitstorm

De campagne staat live. En dan komt er weerstand.

De Spiegel

Dit was een oefening. Morgen staat er een echte naam boven die boze mail.

- Misschien belt een directeur.
- Misschien stelt een raadslid vragen.
- Misschien zegt een collega: "Kunnen we dit niet gewoon iets neutraler formuleren?"

Wat heb jij nodig om niet automatisch in de verdediging te schieten?

Wat moet een organisatie vooraf weten?



Wie reageert?

Wie mag namens de organisatie reageren?



Wanneer opschalen?

Wanneer wordt iets opgeschaald?



Niet-onderhandelbaar

Welke waarden zijn niet onderhandelbaar?



Wie wordt betrokken?

Wie wordt betrokken bij communicatie over gemeenschappen waarvan het communicatieteam zelf geen onderdeel is?



Staat de directie achter?

Staat de directie ook achter inclusieve keuzes wanneer die negatieve publiciteit opleveren?

Waar zit jouw eigen grens?

Ik kan met ruggengraat communiceren als...

Neem een moment. Schrijf op wat jij nodig hebt , van jezelf, van je team, van je organisatie, om te blijven staan voor de keuzes die je hebt gemaakt.

Inclusieve communicatie gaat ook over macht

Wie krijgt ruimte?

Wie wordt aangesproken?

Wie wordt serieus genomen?

Voor wie durf je zichtbaar iets mogelijk te maken?

De kunst is het verschil herkennen tussen: *We hebben iets verkeerd gedaan* en *lemand vindt het vervelend dát we ergens voor staan*.

Vragen? Opmerkingen? Suggesties?

De vloer is aan jou.