

# 10

## “Groene” communicatie tips

over jouw duurzame organisatie / initiatief

ALS JE GROEN DOET  
-> VERTEL HET DAN!



# 1. Zorg dat je verhaal klopt

Als je wilt dat je duurzame inspanningen en het MVO beleid van jouw organisatie goed overkomen bij jouw klanten, zorg dan dat je verhaal over duurzaam ondernemen klopt! Doe jezelf niet "groener" voor dan je dat daadwerkelijk bent.

- Je verhaal moet volledig zijn
- Wees duidelijk over de stappen die je nog gaat zetten
- Leg op relevante onderwerpen de juiste nadruk
- En gewoon eerlijk zijn over wat er nog niet zo goed gaat / of wat nog verbeterpunten zijn



## Hoe blijf je volledig en leg je de juiste accenten?

- Bekijk wat de andere organisaties doen en bedenk wat voor jouw organisatie ook van toepassing kan zijn.
- Vraag je klanten/bezoekers wat voor hun belangrijk is op het gebied van duurzaamheid. Waar zoeken ze naar? Waar haken ze juist op af etc.

## 2. Vermeld je concrete doelen

**Als je wilt dat jouw klanten weten wat je nu precies doet aan duurzaam ondernemen. En/of je wilt gevonden worden door nieuwe klanten die duurzaam ondernemen belangrijk vinden. Vertel het dan!**

Vertel je concrete doelen met jullie MVO beleid zodat je meetbare resultaten krijgt om te communiceren.

### **Houd deze informatie up-to-date**

- Kies periodiek een specifiek duurzaam onderwerp binnen je organisatie om op in te zoomen.
- Schrijf regelmatig een artikel met heldere en concrete voorbeelden van duurzaam ondernemerschap.

- Zet het duurzame beleid van jouw organisatie goed zichtbaar op je website. Op de homepage en op elke pagina in het menu.
- Geef het MVO beleid op de website een eigen, herkenbare plek. Bedenk wat je wilt laten zien en kies een passende naam en stijl voor dat stuk informatie. Gebruik relevante verwijzingen, blogs en voorbeelden etc. op de andere pagina's.
- Gebruik relevante zoektermen waarmee nieuwe klanten/bezoekers juist jouw organisatie gaan vinden.
- Beschrijf je duurzame activiteiten van jouw organisatie in een apart onderdeel van je jaarverslag of breng een speciaal MVO-jaarverslag uit.

### 3. Hou medewerkers actief betrokken!

**Goed bezig! Je hebt een duurzaam beleid en wellicht zelfs een duurzaam keurmerk. Maar houd ook je medewerkers betrokken bij je beleid. Intern beginnen = Extern winnen.**

Personeel die je klanten niet kent (of onvolledig) informeren over de door jou - zo bewust - gekozen duurzame keuzes, is niet wenselijk. Best knullig als je medewerkers geen idee hebben over de meest recente ontwikkelingen binnen je bedrijf of niet oprecht geïnteresseerd over komen bij je klanten.

Zorg er dus voor dat je medewerkers goed op de hoogte zijn en er enthousiast over zijn.

#### Hoe houd je je medewerkers betrokken?

- Overleg vanaf de start met alle medewerkers over je duurzame keuzes en onderwerpen die zij zelf ook belangrijk vinden.
- Maak het duurzame beleid concreet in relatie tot hun eigen werkzaamheden.
- Maak van je medewerkers ambassadeurs. Doe mee aan de NLdoet dagen, organiseer een fietsweek, doe mee aan de landelijke 'keep it clean day' of adopteer een goed doel dat past bij jouw organisatie. Zo gaat MVO leven voor je medewerkers. Stimuleer dat zij erover communiceren via hun eigen social media.

## 4. Waar blink je in uit?

**Bedenk en deel waar jouw organisatie  
- naast je algemene MVO verhaal - in uitblinkt.**

- Wat maakt het bijzonder
- Wat is interessant
- Wat of wie is bewonderingswaardig
- Wat maakt je organisatie innovatief
- Wat maakt het grappig
- Wat ontroert
- Etc.

Zorg ervoor dat je dit alles voor de bril hebt en vertel je unieke verhaal. Op je website, ter plekke, aan je medewerkers zodat zij het weer verder kunnen vertellen, op social media, in een vakblad enz.

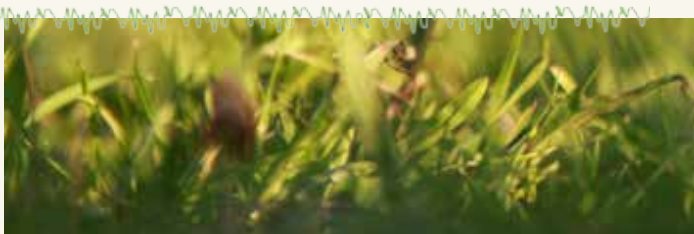


Dit is het verhaal wat onthouden wordt  
en wat men verder vertelt.

## 5. Free publicity

Werk mee aan een artikel over maatschappelijke activiteiten van jouw organisatie in een krant, tijdschrift, vakblad, online forum of blog.

Free publicity is positieve aandacht waarvoor niet is betaald door de ontvanger van deze publiciteit. Organisaties die veel profiteren van free publicity hebben vaak een strategie uitgestippeld om bijvoorbeeld de media in te zetten bij het nastreven van bedrijfs- of organisatiedoelstellingen.



**“ De publicatie moet niet alleen het commerciële belang van een bedrijf of merk dienen, maar ook het maatschappelijke doel van het publiek. ”**



Het ontvangen van gratis reclame of free publicity vergt veel creativiteit. Het versturen van een persbericht alleen is meestal niet voldoende. Om gratis publiciteit te ontvangen zal er bijvoorbeeld sprake moeten zijn van een ludieke of nieuwswaardige boodschap. De publicatie moet niet alleen het commerciële belang van een bedrijf of merk dienen, maar ook het maatschappelijke doel van het publiek. Jouw MVO-beleid kan dusdanig nieuwswaardig zijn dat het free publicity oplevert.

## 6. Niet alleen op de website maar ook binnen je organisatie, maak je duurzame beleid zichtbaar

Je doet niet duurzaam, je bent duurzaam, toch?  
Zorg dan dat je je duurzame beleid doorvoert ook in de kleine dingen.



### Waar kun je je MVO informatie ter plekke presenteren?

- Geef aan de MVO activiteiten van jouw organisatie aandacht in de corporate uitingen, zoals je brochure/ folders en overige communicatiemiddelen.
- Maak eventuele duurzame keurmerken goed zichtbaar, maar zorg ook voor voldoende toelichting wat dat nou eigenlijk betekent.
- Plaats een publicatiebord met actuele duurzame activiteiten.
- Heb je een kantine? Vermeld op de menukaart wat biologisch is, van het seizoen en/of streekproducten.
- Op producten die op locatie worden gebruikt en/of verkoopt.
- vergeet ook het kleinste kamertje niet... ook daar kun je duurzame keuzes maken en laten zien.
- Heb je een lift, promoot de trap.

## 7. Maak een social media plan

Als je duurzame beleid klopt en je het goed communiceert dan vertellen jouw klanten dat graag verder.

### In een slim social media plan staat

- Op welke media je actief bent
- Welke content je wilt delen, maar ook met welke frequentie.
- Wat je doel is met social media en hoeveel tijd je daaraan besteedt - of uitbesteedt.

Maak het je klanten gemakkelijk om jouw verhaal te delen op social media;

- Door informatie over jouw duurzame activiteiten op jouw website eenvoudig deelbaar te maken met social plug-ins: share buttons.
- Door jouw klanten ter plekke en op je website te vertellen op welke social media ze je kunnen vinden.
- Zorg ervoor dat je weet op welk social media kanalen jouw klanten zelf actief zijn. Deel daar ook jouw MVO verhaal en heb interactie met je klanten. Eenzijdig communicatie verkeer met alleen maar zenden, daar wordt niemand blij van.



## 8. Zorg voor online interactie met je bezoeker

Het lijkt simpel maar toch wordt het vaak vergeten;

- Op social media wordt er heel veel gezonden.
- Maar lees je ook mee wat de bezoekers van jou en jouw organisatie vinden?
- Weet je hoe je potentiële bezoekers vindt die online en op social media op zoek zijn naar jouw expertise?
- Ga in gesprek met je klanten, leveranciers en belangenorganisaties. Zij hebben invloed op het succes en de inhoud van jullie gezamenlijke MVO-beleid.



### Hoe kun je interactie online aangaan?

- Focus niet teveel op sales, maar deel informatie die echt waardevol is.
- Zorg ervoor dat je directe en indirecte vragen op social media altijd beantwoordt en maak je reactie ook interessant voor meelezers.
- Zet ook zelf vragen uit op social media over duurzame organisaties, zowel 1-op-1 naar je volgers/fans, als voor een breder publiek.
- Voorzie je volgers/fans van de informatie waar ze naar op zoek zijn.

## 9. Houd het contact met je fans warm

Zorg er niet alleen voor dat de informatie over jouw organisatie goed en interessant is maar verplaats je bovenal in je klant/bezoeker. Die heeft vaak de vraag:

**“ What’s in it for me? “**

Bedenk hoe je jouw bezoekers online ook echt kunt betrekken bij jouw duurzame organisatie.



Maak er een win-win situatie van en bedenk leuke acties, bijvoorbeeld:

- Loyale bezoekers iets extra's te bieden.
- Online fans met goede duurzame ideeën te belonen.
- Nodig online fans eens uit voor een fairtrade bakje koffie en rondleiding binnen je organisatie met biologische lunch.
- Maak van je fans ambassadeurs en beloon/verras ze met een ludieke actie.

## 10. Vier je successen

- Laat regelmatig van je horen
- Vertel wat er goed ging
- Schrijf over wat je bereikt met jouw duurzame organisatie
- Deel dat met je bezoekers, je volgers en de lezers van jouw digitale updates. Ze erbij betrekken is nog beter!

Je kan het nog zo goed doen en interessante investeringen doen in duurzame activiteiten... Als je het zelf niet vertelt, dan kan men het ook niet voor je verder vertellen.

Vergeet dus niet om je successen te vieren en dat met anderen te delen. Wees niet te bescheiden, overdrijf ook niet, maar zoek een goede balans.

“ WE MOETEN NIET ALLEEN  
ONZE GROTE SUCCESSEN VIEREN,  
MAAR ZO VEEL MOGELIJK! ”



CONCEPTEN BOVEN HET MAAIVELD  
**BURO GOEIE GROND**

[www.burogoeiegrond.nl](http://www.burogoeiegrond.nl)



ONS **GROENE ZUSJE**  
inspiratie blog

[www.onsgroenezusje.nl](http://www.onsgroenezusje.nl)



# WAAROM AFVAL PRODUCEREN ALS HET TOCH WORDT WEGGEGOOD

**Dorothea**

marketeer voor de  
goeie en groene zaak

06 – 57 77 90 04

[dorothea@burogoeiegrond.nl](mailto:dorothea@burogoeiegrond.nl)