

# LET'S GO DIGITAL

**EERSTE HULP  
BIJ DIGITALE  
BIJENKOMSTEN**



Bureau Buhrs  
communicatie &  
gebiedsmarketing

# LET'S GO DIGITAL

Een digitale bijeenkomst organiseren met vakgenoten, raadsleden, stakeholders, consumenten of bewoners?

Hoe pak je dat aan? Welke tool zet je in voor welke bijeenkomst? Waar moet je op letten?

Bureau Buhrs zet het voor je op een rij.

De wereld staat op z'n kop, maar niet stil. Misschien nog meer dan voor de coronacrisis moeten er zaken worden besproken, meningen worden gepeild en afspraken worden gemaakt. Met een paar of een grote groep mensen. Nu fysieke contactmomenten zijn beperkt, vormen digitale bijeenkomsten een uitstekend alternatief. Van interviews tot workshops, van gemeenteraden tot bewonersavonden. Want het zou zonde zijn als alle plannen om Nederland nog mooier te maken, nu stil komen te liggen.

## **DIGITAAL = EFFECTIEF**

Het mooie is dat digitale bijeenkomsten heel effectief kunnen zijn. Niet alleen nu omdat het niet anders kan, maar ook voor als we straks wel weer de deur uit mogen. Want digitale bijeenkomsten hebben voordelen: ze zijn laagdrempelig, het bereik is groter en ze zijn opneembaar dus iedereen kan ze terugkijken. Bureau Buhrs is expert in het organiseren van bijeenkomsten met burgers, stakeholders en bestuurders, en in het verstrekken en ophalen van informatie. Fysiek en ook digitaal. Graag delen wij onze kennis en ervaring.

# **GOING DIGITAL?**

## **DIT ZIJN DE VOORDELEN:**

- **LAAGDREMPELIG**
- **GROTER BEREIK**
- **OPNEEMBAAR**

**DE PLENAIRE  
INFORMATIEBIJEENKOMST**  
**LIVE WEBINAR**

**DE PARTICIPATIEBIJEENKOMST**  
**LIVE PARTICIPATIE**

**DE INLOOPBIJEENKOMST**  
**DIGITALE INLOOP**

## **6 SOORTEN DIGITALE BIJEENKOMSTEN**

**DE WORKSHOP**  
**ONLINE ATELIER**

**DE (OPENBARE) VERGADERING**  
**LIVE WEBINAR  
MET PANELGROEP**

**HET INTERVIEW OF (KLEIN)  
GROEPSPREK**  
**VIDEOGESPREK**

**Let op!** Er zijn natuurlijk veel meer soorten digitale bijeenkomsten mogelijk. Bepaal per bijeenkomst welke vorm deze moet krijgen. Net als bij een fysieke bijeenkomst is dit onder andere afhankelijk van de hierna genoemde aspecten.

## WAAR MOET JE AAN DENKEN?

- Het doel van de bijeenkomst: wil je informatie ophalen, delen, verrijken?
- Het aantal mensen dat meedoet.
- Of het gaat om een participatie-, gebiedsmarketing-, woningverkoop of ander communicatietraject.
- Als het om participatie gaat, wat het doel is: informeren, meedenken, coproduceren of meebeslissen.
- De doelgroep: gaat het om bestuurders, vakgenoten, stakeholders of bewoners?
- De dominante belevingswereld van die bewoners: **rood** (vrijheid), **geel** (harmonie), **groen** (veiligheid) of **blauw** (controle). Kijk [hier](#) voor meer informatie over belevingswerelden op:
- **Het gewenste professionaliteitsniveau** van de bijeenkomst.

**DE PLENAIRE  
INFORMATIEBIJEENKOMST**

**LIVE WEBINAR**

### **Hoe werkt het?**

Geïnteresseerden geven zich van tevoren op voor deelname. Via een livestream volgen ze een plenaire toelichting en/of presentatie. Daarna of tussendoor krijgen deelnemers vragen en stellingen voorgelegd waarop ze kunnen reageren. Vragen van deelnemers worden direct door de presentator/inhoudsdeskundige beantwoord. De resultaten worden via een livestreamschermbeweergegeven.

### **Wanneer geschikt?**

- Als het doel van de communicatie meeweten en meedenken is.
- Aantal deelnemers: onbeperkt.
- Bij een onderwerp waar al ideeën en scenario's voor zijn bedacht en die je graag wilt voorleggen aan bewoners en/of gebruikers.
- Als het onderwerp niet te gevoelig ligt.

### **Welke tools en functionaliteiten?**

Webinar-tool (bv. Zoom Webinar of Adobe Connect) in combinatie met een interactieve tool (bv. Mentimeter).

**DE PARTICIPATIE-  
BIJeenkomst**

**LIVE PARTICIPATIE**

## Hoe werkt het?

Geïnteresseerden geven zich van te voren op voor deelname. Zij kunnen op een vast moment een livestream volgen. Deze livestream is opgenomen in een professionele setting (studio, presentator met verschillende gesprekspartners). Het voelt voor de deelnemers als een talkshow/uitzending op tv. De deelnemers kunnen tijdens de uitzending vragen stellen via chat en/of inbelfunctie. De presentator bespreekt (een deel van) de vragen direct in de uitzending. Op elke vraag, kan een vervolgvraag worden gesteld. De presentator begeleidt de discussie en zorgt voor een duidelijke wrap-up en vervolgspraken.

## Wanneer geschikt?

- Als het doel interactieve participatie is.
- Aantal deelnemers: onbeperkt, maar houd het hanteerbaar. Liever een aantal sessies met minder participanten, dan een te grote digitale bijeenkomst.
- Bij gevoelige onderwerpen, onderwerpen die dicht bij de burger staan.

## Welke tools en functionaliteiten?

- Webinar-tool (bijvoorbeeld Zoom Webinar of Adobe Connect) in combinatie met een interactieve tool (bijvoorbeeld Mentimeter).
- Professionele tools/ondersteuning om een live-uitzending te maken.
- Live Q&A tijdens de sessie.
- Een chatfunctie, telefoon, emailadres.
- Deelnemers hebben naast een PC of tablet ook een smartphone nodig.

## DE INLOOPBIJEENKOMST DIGITALE INLOOP

### Hoe werkt het?

Geïnteresseerden kunnen plannen/presentaties/filmpjes bekijken vanaf een website of een online magazine op een moment dat het hun uitkomt, binnen een bepaalde periode. Vragen en opmerkingen kunnen ze delen via email, een chatfunctie of telefonisch (bijvoorbeeld tijdens een digitaal spreekuur). Een Q&A wordt dagelijks bijgewerkt met de meeste gestelde vragen en opmerkingen.

### Wanneer geschikt?

- Als het doel van communicatie voornamelijk informeren is.
- Aantal deelnemers: onbeperkt.
- Wanneer er niet teveel tijdsdruk op zit.
- Als het onderwerp niet te gevoelig ligt of ingewikkeld is.
- Vooral als de doelgroep tot de blauwe of groene belevingswereld behoort (behoefte aan goede en duidelijke informatie).

### Welke tools en functionaliteiten?

- Website of online magazine (bv. Foleon of Maglr) waar de informatie actueel, toegankelijk, overzichtelijk, compleet en downloadbaar is. Ook de mobiele versie.
- Een chatfunctie, telefoon, e-mailadres.





**DE WORKSHOP**  
**ONLINE ATELIER**

## Hoe werkt het?

Deelnemers krijgen met een link toegang tot een online meeting. Presentaties en toelichtingen van een gespreksleider/inhoudsdeskundige worden afgewisseld met een interactief deel, waarin de deelnemers zelf input kunnen leveren. Dit kunnen reacties, vragen en stellingen zijn, discussies, brainstorms of groepsgesprekken. Meerdere werkvormen zijn mogelijk, het handigst is om tussen het gebruik van de verschillende werkvormen pauzes in te lassen.

## Wanneer geschikt?

- Als het doel van de communicatie meedenken en coproduceren is.
- Voor het 'ophalen en verrijken' van informatie bij collega's, vakgenoten, stakeholders en bewoners, bijvoorbeeld om de positionering, profilering of programmering van een gebied te bepalen.
- Aantal deelnemers: max. 20
- Alle deelnemers hebben twee devices nodig, naast een PC of tablet ook een smartphone.

## Welke tools en functionaliteiten?

- Videogesprek (bv. via Zoom of Skype) in combinatie met een interactieve tool die beschikt over verschillende vraagtechnieken; meerkeuze, woordenwolk en open vragen (bv. Quandr, Mentimeter, Mindmeister en Trelle).
- Live chat en Q&A voor vragen tijdens de presentatie.

**DE (OPENBARE) VERGADERING**

**LIVE WEBINAR  
MET PANELGROEP**

### **Hoe werkt het?**

Leden van bv. de gemeenteraad, stuurgroep of (branche)vereniging ontvangen een uitnodigingslink om deel te nemen aan een digitale vergadering. De voorzitter behandelt de agendapunten en - wanneer toegestaan/hiervoor uitgenodigd - reageren deelnemers hierop. Presentaties en toelichtingen met daarop reacties en vragen van deelnemers zijn mogelijk. Ook stemrondes kunnen worden gedaan. Interactie met meekijkend publiek kan via een chatfunctie en Q&A.

### **Wanneer geschikt?**

- Ter vervanging van de fysieke (openbare) vergaderingen en vergaderingen met veel deelnemers.
- Aantal deelnemers: max. 100
- Alle deelnemers hebben de beschikking over twee devices: een smartphone en een PC of tablet.

### **Welke tools en functionaliteiten?**

- Webinar met een panelgroep.
- Delen presentaties, video's.
- Wisselen tussen sprekers.
- Eventueel een chat- en Q&A-functie voor reactie burgers/publiek.

**HET INTERVIEW OF (KLEIN)  
GROEPSPREK**

**VIDEOGESPREK**

### **Hoe werkt het?**

Degene(n) met wie je in gesprek wilt gaan, nodig je uit voor een videogesprek. Dat is persoonlijker dan een (groeps)gesprek via de telefoon, en de non-verbale reactie van de gesprekspartner(s) is zichtbaar. Ook kun je de deelnemer(s) iets laten zien/presenteren om dit daarna te bespreken. Handig is om van te voren de informatie die je wilt bespreken alvast toe te sturen aan de deelnemers.

### **Wanneer geschikt?**

- Bij interviews en mondelinge enquêtes waarbij je meer de diepte in wilt gaan.
- Bij gesprekken met aspirant kopers voor woningen.
- Bij gesprekken met vakgenoten/collega's/teamleden over een bepaald onderwerp of project

### **Welke tools en functionaliteiten?**

- Tool met een bel- en videofunctie bv. Whatsapp, Facetime, Skype en Zoom. Als je tegelijkertijd iets wilt laten zien, kies dan een tool met de optie tot schermdelen.



**GOING  
DIGITAL?**

**LET  
HIEROP**

- Zorg voor een goede voorbereiding.
- Stel van tevoren een draaiboek op en deel die met iedereen die meewerkt.
- Kies een technische moderator die de tool goed kent, een voorzitter die goed in de inhoud zit en een moderator voor vragen uit de chat en Q&A.
- Stuur een aansprekende uitnodiging met het onderwerp van de bijeenkomst en duidelijke instructies over hoe de bijeenkomst plaats gaat vinden.
- Leg de spelregels uit. Doe dat al in de uitnodiging en herhaal deze aan het begin van het webinar.
- Kies werkvormen die passen bij de belevingswereld van de deelnemers. Bijvoorbeeld een presentatie met een Q&A ronde (groen/geel), een panel (blauw/geel), een discussie (rood/blauw) of een brainstorm (rood/geel). Of een combinatie hiervan.
- Zorg voor een goede/professionele kwaliteit van presentaties en filmpjes.
- Maak een opname van de webinar en laat dat de deelnemers weten.
- Koppel na afloop de uitkomsten en resultaten terug.
- **Schakel professionele hulp in als je de kennis zelf niet in huis hebt!**

## LIEVER GEEN DIGITALE BIJEENKOMSTEN?

Ook dan hoef je niet stil te zitten. Er zijn tal van manieren om digitaal informatie op te halen, zonder hiervoor bijeenkomsten te organiseren. Enkele succesvolle voorbeelden uit de praktijk:

### FLITSPEILING VIA SOCIALE MEDIA CENTRUM UTRECHT

In een flitspeiling heeft Bureau Buhrs de voorkeuren en behoeften van Utrechtse bewoners en bezoekers wat betreft de communicatie over de vernieuwing van Centrum Utrecht onderzocht. Er zijn online enquêtes gedeeld en er is geadverteerd via Facebook. Binnen vijf dagen zijn er 1372 respondenten bereikt.

### UPLOADEN PERSOONLIJKE GEBIEDSVERHALEN NOORDOOSTPOLDER

Voor gemeente Noordoostpolder hebben we een associatie- en imago-onderzoek uiteengezet. Bureau Buhrs zette een website op waar de verhalen van de inwoners letterlijk in beeld zijn gebracht. Zij konden tijdens het invullen van de enquête een foto uploaden van hun favoriete plekje in de polder. Bekijk ze op deze [fotomuur](#).

## **GEBIEDSWAARDEN BEPALEN VIA ONLINE FORMULIER GEMEENTE HEERHUGOWAARD - LANGEDIJK**

Wat zijn de gedeelde waarden van de fusiegemeenten Langedijk en Heerhugowaard? Op de website van deze fusiegemeenten plaatsten we een online formulier waarin we bezoekers vroegen naar de waarden van Heerhugowaard - Langedijk. Het resultaat: 342 inzendingen!

## **ONLINE ENQUÊTE RECREATIEGEBRUIK PLEZIERRIVIER DE ROTTE**

Voor recreatiegebied de Rotte is op diverse Facebook pagina's een enquête verspreid. Binnen twee weken waren 500 enquêtes verzameld. Bureau Buhrs kon hiermee in kaart brengen welk beeld de doelgroep heeft over de Rotte en hoe zij verleid kunnen worden om rond de Rotte te recreëren.

## NEEM CONTACT OP MET BUREAU BUHRS, WIJ HELPEN JE GRAAG

Met vragen over onze digitale varianten of over de tools en hoe je die kunt inzetten. Maar ook bij de organisatie van de bijeenkomsten: van het maken van presentaties en uitdenken van interactieve tools, tot aan de rol van presentator/moderator, terugkoppeling en evaluatie. En natuurlijk bij al uw andere communicatie- en marketingvragen.



**WWW.BUREAUBUHRS.NL**  
**INFO@BUREAUBUHRS.NL**  
**020-6325805**



Bureau Buhrs  
communicatie &  
gebiedsmarketing