

Workshop profileren en media Zet de fractie, uzelf en de speerpunten op de kaart!

Door: Liesbeth Rooijmans © www.roodwitcommunicatie.nl

De afgelopen weken zijn er tijdens de regiobijeenkomsten 'Aan de slag als raadslid' acht workshops 'profielen en media' gegeven. Zo'n 200 kandidaat-raadsleden hebben de workshops bijgewoond. De workshops zijn gegeven door Liesbeth Rooijmans en telkens ondersteund door een ervaren raadslid. Op 25 januari in Almere zijn twee workshops gegeven, samen met de raadsleden Johan van der Kroef en Paul Vermast, op 4 februari in Zutphen twee keer met raadslid GertJan Kleinpaste, op 10 februari in Amersfoort twee keer met Jocko Rensen en op 16 februari in Haarlem twee keer met Moussa Aynan. Hieronder vindt u de basis van de workshop.

Gebeld worden over speerpunten

De pers benadert politici over actualiteiten. Soms komt u dat goed uit en soms niet. De grote vraag is natuurlijk: 'hoe zorg ik ervoor dat ik word gebeld over de speerpunten van de fractie en, nog beter, de speerpunten binnen mijn portefeuille?'

Partij & fractieprofiel

Stel, u loopt over vier jaar op straat. U vraagt aan de mensen wat zij voor herinneringen hebben aan uw partij. Wat hoopt u dat de mensen op straat over uw partij zeggen? Denkt u ook dat ze dat zullen zeggen? Natuurlijk, daar gaat u voor zorgen. Door duidelijke keuzes te maken en die keuzes nadrukkelijk neer te zetten. Met speerpunten, beelden, oneliners, kernboodschappen en vooral veel zichtbare activiteiten.



CDA Apeldoorn, Carel Schutte

Randvoorwaarden

Kijk goed naar de basis waar u rekening mee moet houden. Mensen kennen u omdat u bij een bepaalde stroming hoort of omdat uw (lokale) politieke partij een ontstaansgeschiedenis heeft. Zet eens op een rijtje welke activiteiten u zoal organiseert. Zit er een lijn in, bijvoorbeeld een bepaalde werkwijze? Stel u bent een echte ombudspartij. Dan maakt u al een heleboel keuzes. Of misschien richt u zich op een hele specifieke doelgroep? Gaat u graag op huis- en werkbezoek of bent u de partij van de debatten. Versterk uw werkwijze. Doe daar meer mee. U kunt zich daarmee onderscheiden.



JOUW Amersfoort

Minder is meer

Gemiddeld krijgt een raadslid gedurende het jaar zo'n 100 à 120 dossiers voor de kiezen. Hoe moet u nou met die enorme hoeveelheid informatie omgaan? Kijk eens naar kamerleden die u vaak in de media ziet. Wat hebben zij gemeen? Of denk eens terug aan Erica Terpstra. De gouden tip is om een paar dossiers te kiezen en uzelf en de fractie daar op te profileren. Per fractie heeft u twee tot zes A-dossiers. Dit kunnen natuurlijk ook 'parapludossiers' zijn, zoals sport of jeugd. Koppel een logische dossierhouder aan het dossier, maar kijk bij de keuze met de ogen van de doelgroep. Persoonlijke voorkeuren zijn natuurlijk belangrijk, blijf uzelf. B-dossiers zijn de profileringsdossiers uit het verleden of voor de toekomst en de C-dossiers zijn de 'gewone dossiers'. Op deze laatste dossiers profileert u zich niet, maar het werk moet wel (goed) gebeuren. Blijf trouw aan het gekozen profiel. Voer permanent campagne op A-dossiers. Kies een stijl die past bij de fractie(leden). Breng en maak nieuws, bijvoorbeeld door doelgroepen op alternatieve manieren te bereiken.





Voedselpakketen voor de voedselbank, terugkerende actie GroenLinks Apeldoorn

Persoonlijk profiel

Stel eerst eens de volgende vragen aan uzelf: Welke politieke droom hoopt u te verwezenlijken? Wie bent u? Wat is er speciaal aan u? Noem iets persoonlijks en iets politieks.

Hoe maakt u uzelf een uniek en onderscheidend als politicus?

U kunt goed de inhoud verkopen. U kent uw speerpunten. U kunt een link maken tussen uw persoonlijke ervaringen en uw politieke speerpunten. U weet wat done en not done is binnen de fractie / partij. Hoe gaat u verder?

Kijk naar uzelf en om u heen

Ga in gesprek met een paar mensen die u lang en niet zo lang kent. Wat is uw ambitie voor de toekomst? Wie bewondert u qua persoonlijkheid en uitstraling? Waarom?



Neelie Kroes

Wat drijft u? Waar wordt u blij van? Waar bent u goed en minder goed in? Zelfkennis en een persoonlijke stijl is belangrijk. Een helder persoonlijk profiel levert geloofwaardigheid op. U komt authentiek over en uw stijl en voorkomen zal na een poosje worden herkend. Uw doelgroepen weten u makkelijker te vinden en u werkt in uw eigen kracht!



Piet Hein Donner op de fiets, Martijn Beekman

Beeld telt

Analyseer uw eigen foto's en filmpjes. Wanneer bent u tevreden over uzelf? Waarom? Kijk ook eens naar foto's van mensen waarin u uzelf herkent. Wat is het aan hen dat u boeit? Ga aan de slag met uw eigen beeld. Bijvoorbeeld door een paar goede foto's te maken op een plek waar u een verhaal bij heeft of met een voorwerp dat bij u past. Doe dit met de hele fractie en ook als fractie gezamenlijk. Goed voor de teambuilding en het verplicht u om als team tot de kern te komen: dit is ons profiel, wij gaan ervoor!

Huiswerkopdracht

Indien u nog een stapje verder wil gaan: maak als fractie en per persoon 'Moodboards' Waar kiest u voor? Hoe wilt u over komen? Hoe gaat u daar aan werken? Welke presentatie hoort daarbij? Wat mag u niet vergeten? Kies kernwoorden, gecombineerd met beelden Denk aan uw persoonlijke verhaal, denk aan uw politieke thema's, denk aan uw doelgroepen. Gebruik stiften, plaatjes, lijm en uw fantasie. Doe het samen en bespreek in uw fractie elkaars moodboards.

Heel veel succes!

