


<p style="text-align: center;">Het 7E-model</p>	<p style="text-align: center;">Het 7E-model</p>	
<p>Samengevat</p> <p>Het 7E-model is een goede methode om de brainstorm rond mogelijke communicatie-acties te structureren. Het is gebaseerd op zeven hefbomen die mensen stimuleren om te komen tot ander gedrag en mee te stappen in een nieuw verhaal.</p>	<p>Voordelen</p> <ul style="list-style-type: none"> Het 7E-model laat toe om verder te denken dan de typische communicatie acties die niet verder gaan dan 'informatie aanbieden'. Het zorgt voor een gestructureerde manier van brainstormen. 	<p>Beperkingen</p> <ul style="list-style-type: none"> De uiteindelijke keuze van welke communicatie-acties je opneemt in het communicatieplan hangt af van: <ul style="list-style-type: none"> de behoeften van de doelgroep de middelen die je hebt om het communicatieplan te implementeren (budget, resources, timing,...)
<p>Voorbeeld</p> <p><i>In het kader van EMAS (Eco Management and Audit Scheme) wil de FOD P&O een cultuurverandering bij de medewerkers promoten op vlak van milieuzorg, energieverbruik, duurzaam eten, milieuvriendelijk vervoer,... Hieronder vind je het resultaat van een 7E-brainstorm. Sommige acties kunnen onder meerdere E's worden geplaatst.</i></p> <div data-bbox="107 703 1115 1342" style="border: 1px solid #ccc; padding: 10px;"> <p>3 acties om je doelgroep te informeren:</p> <ol style="list-style-type: none"> Affiches met slogan en duurzame tips (lichten uit, verstandig printen, afval recycleren op het werk...) Filmmiddag + discussiemoment Informatie op website, intranet, nieuwsbrief,... <p>3 acties om je doelgroep te enthousiasmeren:</p> <ol style="list-style-type: none"> Aanstekelijke filmpjes op Yammer en intranet Medewerkers proeven verschillende duurzame gerechten en kiezen wat ze op het menu van de cafetaria willen Een prikbord vol toekomstdromen: 'Als jij iets zou kunnen veranderen om de FOD duurzamer te maken, wat zou je doen?' <p>3 acties om je doelgroep te belonen:</p> <ol style="list-style-type: none"> Wedstrijd (bv. wie het meeste kilometers met de dienstfiets rijdt, krijgt een duurzaam cadeaupakket) Fietsvergoeding, gratis treinabonnement De 'eco-barometer' geeft de stand van zaken aan rond duurzaamheid in de organisatie (bv. papierverbruik, elektriciteitsverbruik, mobiliteit,...). Het budget dat bespaard werd, wordt gebruikt voor duurzame aankopen <p>3 acties om het gedrag bij de doelgroep te vergemakkelijken:</p> <ol style="list-style-type: none"> Een beveiligde fietsstalling voor fietsers De duurzame lunchopties liggen op ooghoogte in de cafetaria De default-optie bij het printen is recto verso en in zwart/wit <p>3 acties om de doelgroep een positieve ervaring te geven:</p> <ol style="list-style-type: none"> Een workshop 'Fietsen in Brussel' Een duurzaam ontbijt Dagelijkse 'tip van de dag' in de mailbox van de medewerkers <p>3 acties om ambassadeurs uit je doelgroep in te schakelen (samen uit, samen thuis):</p> <ol style="list-style-type: none"> Medewerkers getuigen in filmpjes van 1 minuut over hun duurzame acties Eco-verantwoordelijke per verdieping: aanspreekpunt, hulplijn, motiveert collega's Beurs 'duurzame talenten': verschillende medewerkers delen hun ervaringen rond duurzaam leven (bv. autodelen, ecologisch tuinieren, kledij herstellen,...) </div>	<p>Waarom gebruiken ?</p> <p>Doelstelling</p> <ul style="list-style-type: none"> Brainstormen rond mogelijke communicatie-acties voor het communicatieplan van een project Structureren van de communicatie-acties rond 7 hefbomen (link met de communicatiedoelstellingen) <p>Context</p> <p>Tijdens een project is enkel informeren vaak niet genoeg om je doelgroepen te overtuigen om mee te stappen in het verhaal en hun houding en gedrag te veranderen.</p> <p>Het 7E-model gaat uit van 7 hefbomen voor gedragsverandering:</p> <ul style="list-style-type: none"> Enlighten: informeren Enthuse: enthousiasmeren Exemplify: het goede voorbeeld geven Encourage: belonen en ondersteunen Engage: betrekken Experience: een positieve ervaring aanbieden <p>Welke 'E' in het communicatieplan het belangrijkste is, hangt af van je</p>	<p>Hoe gebruiken ?</p> <p>Stappen</p> <ul style="list-style-type: none"> Baken de doelgroep af en breng de verwachtingen en behoeften in kaart (zie ook Doelgroepen Portret - Fiche). Bedenk, samen met de leden van de projectgroep of met enkele leden van de doelgroep, telkens 3 acties om je doelgroep : <ul style="list-style-type: none"> te informeren te enthousiasmeren te belonen te betrekken een positieve ervaring te bieden gedrag te vergemakkelijken een voorbeeld te geven Kies er daarna die acties uit die je doelgroep het meest ondersteunen in de verandering én die haalbaar zijn (qua budget, timing,...). <p>Methodologie en advies</p> <ul style="list-style-type: none"> Je kan natuurlijk ook meer dan drie acties per 'E' bedenken. Afhankelijk van het project en de verwachtingen en noden van je doelgroep zal je bepaalde acties meer naar voor schuiven in het uiteindelijke communicatieplan. Een doelgroep die

<p> COMM Collection 29 : Communicatie bij verandering www.7e-model.be Bambust F., Effectief gedrag veranderen met het 7E-Model, 2015, Politea, ISBN 978-2-509-02389-6</p>	<p>communicatiebehoeften van je doelgroep.</p>	<p>bijvoorbeeld al geïnformeerd is (Enlighten) en overtuigd (Enthuse), heeft misschien enkel nog een positieve ervaring (Experience) nodig om mee te stappen in het project.</p>
--	--	--