

STAGES MACRO-LEVEL	INPUTS	ACTIVITY	OUTPUTS	OUT-TAKES	OUTCOMES	IMPACT
Korte definitie	Wat je nodig hebt ter voorbereiding op communicatie	Dingen je doet om de communicatie te plannen en te produceren	Dat wat wordt ontvangen door de doelgroepen	Wat doelgroepen doen en uit de communicatie halen	Effecten die de communicatie heeft op het publiek	De resultaten die geheel of gedeeltelijk worden veroorzaakt door de communicatie
BELANGRIJKSTE STAPPEN	<ul style="list-style-type: none"> • Doelstellingen • Budget • Middelen (bijv. personeel, bureaus, faciliteiten, partnerschappen)	<ul style="list-style-type: none"> • Formatief onderzoek • Planning • Productie (bijv. ontwerp, schrijven, media-inkoop, mediarelaties, partnerschappen, enz.)	<ul style="list-style-type: none"> • Distributie • Bereik • Ontvangst 	<ul style="list-style-type: none"> • Aandacht • Bewustwording • Begrip • Interesse / liken • Betrokkenheid • Participatie • Overweging 	<ul style="list-style-type: none"> • Leren/kennis • Houdingverandering • Tevredenheid • Vertrouwen • Voorkeur • Intentie • Belangenbehartiging 	<ul style="list-style-type: none"> • Reputatie • Relaties • Naleving/nalevingsacties • Organisatieverandering • Publieke/sociale verandering
VOORBEELD METRICS & MILESTONES	<ul style="list-style-type: none"> • SMART doelstellingen • Targets / KPI's 	<ul style="list-style-type: none"> • Baselines / benchmarks (bijv. huidig bewustzijn) • Behoeften van publiek, voorkeuren, etc. • Strategisch plan • Evaluatieplan • Pre-test data (bijv. creatieve concepten) • Geproduceerde content (bijv. mediaberichten, websites) • Mediarelaties 	<ul style="list-style-type: none"> • Publiciteitsvolume • Mediabereik • Impressies • Share of voice • Toon/sentiment/ • Geplaatste berichten • Posts, tweets, etc. • Advertenties (FP) • E-marketingvolume • CPM • Doorkliks • Aanwezigheid (events) 	<ul style="list-style-type: none"> • Unieke bezoekers • Weergaven • Reactie (volgers, likes, tags, shares, retweets) • Terugbezoeken • Terugroepen • Positieve opmerkingen • Positieve respons in enquêtes, enz. • Abonnees (bijv. RSS, nieuwsbrieven) • Vragen 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceptatie van berichten • Vertrouwensniveaus • Steunbetuigingen of intentieverklaringen • Leads • Registraties (bijv. orgaandonorlijst) • Merkvoorkeur • Deelnemen • Herbevestigen (bijv. tevredenheid van personeel) 	<ul style="list-style-type: none"> • Publieke ondersteuning • Behalen van doelstellingen (bijv. kankerscreening lidmaatschap, etc.) • Omzetstijging • Donaties verhogen • Kostenbesparingen • Personeelsbehoud • Klantenbinding/loyaliteit • Welzijn verhogen
MICRO-NIVEAU						
METHODEN VAN EVALUATIE	<ul style="list-style-type: none"> • Interne analyse • Omgevingsscan • Haalbaarheidsanalyse • Risicoanalyse 	<ul style="list-style-type: none"> • Metadata-analyse (bijv. eerder onderzoek en statistieken) • Markt/publieksonderzoek (bijv. enquêtes, focusgroepen, interviews) • Raadpleging van belanghebbenden • Casestudy's • SWOT-analyse • Pre-testpanels • Peer review / expert review 	<ul style="list-style-type: none"> • Mediastatistieken (bijv. doelgroepstatistieken, impressies, CPM) • Mediamonitoring • Analyse van media-inhoud (kwantitatief) • Analyse van media-inhoud (kwalitatief) • Analyse van sociale media (kwantitatief en kwalitatief) • Activiteitenrapporten (bijv. evenementen, sponsoring) 	<ul style="list-style-type: none"> • Webstatistieken (bijv. views, downloads) • Social media-analyse (bijv. opmerkingen) • Feedback (bijv. opmerkingen, brieven) • Etnografie (observatie) • Netnografie (online etnografie) • Publieksonderzoeken (bijv. awareness , begrip, interesse, mening) • Focusgroep • Interviews 	<ul style="list-style-type: none"> • Sociale media-analyse (kwalitatief) • Databasestatistieken (bijv. brononderzoek) • Etnografie (observatie) • Netnografie (online etnografie) • Opiniepeilingen • Stakeholder enquêtes (bijv. over tevredenheid, vertrouwen) • Focusgroepen • Interviews • Net Promotor Score 	<ul style="list-style-type: none"> • Databaserecords (bijv. bloeddonaties, gezondheidsresultaten, lidmaatschap, enz.) • Verkooptracering • Donatietracering • CRM-gegevens • MTO-gegevens • Reputatieonderzoeken • Kosten-batenanalyse • ROI (bij financiële doelstellingen) • Kwaliteit van leven