

Communicatiechecklist Factsheet

- ✓ Wat is het **doel** van je factsheet? Wil je verantwoorden, informeren of inspireren? Neem alleen relevante zaken op voor dit doel. Is een factsheet wel de juiste vorm/uiting? (denk ook aan een powerpoint presentatie, filmpje, rapport)
- ✓ Wie is je **doelgroep**? Zorg dat je de factsheet afstemt op de doelgroep. Iedere doelgroep is namelijk anders en in communicatie geldt: iedereen is niemand! Neem alleen relevante zaken op voor deze doelgroep en pas je schrijftaal aan passend bij de doelgroep.
- ✓ Zoek **communicatiekracht!** Stel de factsheet samen op met een communicatiemedewerker. Je kunt ook altijd de inzet van een communicatie expert inschakelen, via jouw JOGG-adviseur.
- ✓ Hoe is de **verhouding beeld:tekst**? Is deze bijvoorbeeld 10(beeld):90(tekst)? Denk dan aan het toevoegen van beeld.
- ✓ Op **welke doelstellingen** ga je resultaten communiceren? Bekijk je Plan van Aanpak en M&E-matrix, welke doelstellingen zijn daarin geformuleerd? Waar ga je wat over rapporteren in jouw factsheet?
- ✓ **Schrijven=schrappen**. Deel alleen de belangrijkste resultaten in de factsheet, je kunt niet alles benoemen. Bedenk dus: is alles noodzakelijk? Of kun je nog dingen weglaten?
- ✓ **Vermijd vakjargon**. Dit hangt er ook vanaf wie je doelgroep is. Weet je doelgroep wat de JOGG-voorwaarden inhouden? Zegt bijvoorbeeld de term "Verbinding Preventie en Zorg" hen wat? Dit kan je bijvoorbeeld ook formuleren als "Op tijd signaleren". Of denk aan Publiek-Private Samenwerking, dat kan je ook verwoorden als "Samenwerken met bedrijven".
- ✓ Vermeld niet alleen resultaten in cijfers (**kwantitatief**), maar beschrijf ook **procesdoelen** (zoals samenwerkingen, activiteiten) en **kwalitatieve resultaten** (verhalen, ervaringen, reacties, quotes).
- ✓ **Twee paar ogen zien meer** dan één. Laat iemand anders ook de factsheet bekijken (naast je communicatiemedewerker). Vraag aan deze persoon wat volgens hem/haar de belangrijkste resultaten van de factsheet zijn. Komt dit overeen met wat jij/jullie zelf voor ogen had(den)?
- ✓ Zorg voor **in het oog springende resultaten**. Maak daarom gebruik van figuren, tabellen en kerncijfers die opvallen.
- ✓ Houd bij het vermelden van (overgewicht) **cijfers** de **context** in gedachten en geef **uitleg** en **betekenis** bij de cijfers waar nodig. Bij het communiceren van overgewichtcijfers is het belangrijk deze in perspectief te plaatsen. Hoe groot was de steekproef? Zijn de cijfers significant? Is er rekening gehouden met achtergrondkenmerken van kinderen die meededen aan het onderzoek en de representativiteit daarvan, zoals bijv. de representativiteit van migratieachtergrond?
- ✓ **Bronvermelding**. Let er bij cijfermatige gegevens op dat je altijd de volgende gegevens vermeldt: organisatie die onderzoek heeft uitgevoerd (bv. afkomstig van de GGD), de steekproef (bv. welke wijk/leeftijdscategorie), wanneer het onderzoek is uitgevoerd (jaartal). Indien je iets rapporteert over veranderingen in effect (bv. BMI, beweeggedrag), geef aan of dit significant is of niet.