

To: [redacted] [redacted] [redacted]@minvws.nl]
From: [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]
Sent: Thur 3/25/2021 9:47:14 AM
Subject: RE: hierbij stuk van Maarit
Received: Thur 3/25/2021 9:47:15 AM

Hey [redacted]

Even kort naar gekeken. Lijkt mij redelijk compleet over de huidige situatie. Enige opmerking die ik zou hebben, is om een actieve samenwerking opzoeken met partners in plaats van alleen te verwijzen. Andere mensen óók ons verhaal laten vertellen, versterkt aanwezigheid en vertrouwen in zo'n onderwerp.

Groet,

[redacted]



[redacted]

Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn & Sport
 Parnassusplein 5 | 2511 VX | Den Haag | 6e etage

M: +31 (0)6 [redacted] [redacted]
 E: [redacted] [redacted]@minvws.nl



Van: [redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]@minvws.nl>

Verzonden: donderdag 25 maart 2021 09:46

Aan: [redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]@minvws.nl>

Onderwerp: FW: hierbij stuk van [redacted] [redacted]

WEBCARE coronavaccinatie - STVZ 23 maart 2021

Doel: Door online aanwezig te zijn helpen we het publiek een mening te vormen over coronavaccinatie en weloverwogen, op basis van de juiste informatie, te besluiten om zich al dan niet te laten vaccineren.

Subdoelen:

- Zichtbaarheid creëren bij het Nederlandse publiek door aanwezig te zijn op social media en actief mee te praten over coronavaccinatie.
- Mensen die vragen of twijfels hebben over coronavaccinatie worden goed voorgelicht en geïnformeerd (op social media).

Hoe:

- Vragen over vaccinaties beantwoorden, luisteren.
- Dialoog met mensen die hiervoor open staan.
- De weg naar de juiste informatie (bronnen) wijzen, ook die van partners zoals RIVM, CBG en Lareb.
- Reageren op meningen, (vermeende) feiten en uitingen die geen directe vraag zijn, maar wel het sentiment weergeven rond coronavaccinatie.
- Desinformatie signaleren en op plekken waar onjuiste informatie wordt gedeeld (in posts of comments) verwijzen naar juiste informatie.
- Input voor communicatie via andere kanalen als blijkt dat over een bepaald onderwerp veel vragen binnenkomen.

Resultaat: Mensen zijn in staat een mening te vormen over wel of niet vaccineren, waarmee zij handelingsperspectief krijgen. Er we communiceren online over de onderwerpen waar over gesproken wordt.

Waar staan we nu

- ✓ 2 FTE in coronavaccinatie-team verzorgen webcare op eigen VWS-kanalen: Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram. Gestart per medio februari.
- ✓ In samenwerking met extern bureau Scooperz. Zij doen voorselectie vragen/reacties en beantwoorden een klein deel: de eenvoudige vragen via Twitter. Tegelijkertijd werkt webcare coronavaccinatie nauw samen met webcare bewindspersonen en de andere 5.1.2e binnen VWS, evenals Publieksvoorlichting en Beleid.
- ✓ Zes weken webcare hebben ons veel geleerd:
 - Het sentiment over vaccineren is sterk wisselend: veel mensen discussiëren onderling over wel of niet vaccineren.
 - Hamvraag is/blijft: wanneer ben ik precies aan de beurt? Men vindt dat het vaccineren (te) langzaam gaat.
 - We zien een toename van des- en misinformatie: waar mogelijk reageren we hierop.
 - Door nieuwsberichten in de media wordt het sentiment sterk gekleurd (problematiek rond AstraZeneca) en zien we een piekvolume aan reacties.
 - Op FB en Twitter zien we de meest negatieve reacties; op Instagram is de toon positiever.
 - Waar eerst nog werd gezegd: "Waar zijn jullie, we horen niets terug," is dat beeld nu wel gekeerd. VWS is zichtbaarder aanwezig, en op de eigen kanalen in dialoog met het publiek over de coronavaccinatiecampagne. (Eigen 'huis' op orde).

Aanpak en resultaten webcareteam

- ✓ Beantwoorden (en doorverwijzen) van alle publieksvragen en engagement creëren (gesprek voeren).
- ✓ Monitoren publieksreacties op eigen posts: in week 11 ontvingen we in totaal 5.000 reacties op 4 Facebook-posts over coronavaccinatie.
- ✓ Indicatie aantal antwoorden/reacties/doorverwijzingen vanuit webcare: +/- 50 - 100 per dag per persoon (5 d.p.w.).
- ✓ Signaleren kansen voor socialmediaposts & content, o.b.v. veel gestelde vragen.
- ✓ Extra: Campagne-posts monitoren en beantwoorden. Deze worden meerdere keren per week door het mediabureau (Initiative) uitgeserveerd gedurende korte periode: (expert-) video's, postercampagne. Zichtbaar voor geselecteerde doelgroepen; gaat soms om enkele duizenden reacties per post.
- ✓ Beantwoording van direct messages vanuit service-oogpunt. Weliswaar niet zichtbaar aan de voorkant maar draagt wel bij aan goede publieksvoorlichting.

Waar gaan we naartoe

1. Toename communicatie-activiteiten:
 - ✓ Uitbreiding webcare op eigen kanalen: de grote massa wordt straks gevaccineerd. Dat betekent meer social posts, meer online (social-)campagnes, meer zichtbaarheid en meer vragen vanuit het grote publiek.
 - ✓ Groter aantal socialmediagebruikers actief (ook jongere doelgroepen).
 - ✓ En nog meer engagement creëren en het gesprek aangaan met mensen die vragen of twijfels hebben over vaccinatie.
2. Wens om waar noodzakelijk ook in de avonduren webcare te doen, bijvoorbeeld naar aanleiding van persconferentie, televisie-uitzendingen of media-optredens.
3. Wens om uit te breiden naar **pro-actieve** webcare **buiten** de eigen kanalen, op (nieuws)fora e.d.
 - ✓ Daarbij focus aanbrengen op geselecteerde sites en fora buiten onze kanalen: vooral daar waar toegevoegde waarde en/of behoefte is. Voorstel: start met top 5, plan volgt z.s.m.

Wat is nodig – inzet webcaremedewerkers

- ✓ Met nog 1 of 2 FTE **extra** zijn we voorbereid op de hierboven geschetste situatie.