

MAANDAG 27 APRIL 2020

CORONAVIRUS

**INZICHTEN SEARCH DATA
COMMUNICATIE**

SUMMARY

Onze adviezen:

1. Vertaal **nieuwe adviezen** en **werkwijzen** sneller naar **content**. Bijvoorbeeld over het **testen van onderwijspersoneel**.
2. Maak een **landingspagina** over '**risicogroepen coronavirus**' voor mensen die via zoekmachines hiernaar zoeken.
Nu komen ze terecht op de **verkeerde** pagina, of **helemaal niet bij RIVM.nl**.
3. **Sluit** contentpagina's beter **aan** op **echte vragen** van het **publiek**, door een betere **analyse** van **data**.

ADVIES 1 – NIEUWE RICHTLIJNEN

Vertaal nieuwe richtlijnen en werkwijzen sneller naar content

- Op **dinsdag 21 april** werd aangekondigd dat ook **onderwijspersoneel getest** kan worden als de scholen hun deuren openen.
- **Maar hoe** dat in zijn werk gaat? Die **informatie** staat (27-4) **nog steeds niet** op de test-pagina van rivm.nl.
- Dit **duurt te lang**.
- Bij elke versoepeling of **nieuwe maatregel** zijn er **zorgen** onder de **bevolking**.
- **RIVM** heeft de **taak te duiden** en uit te leggen vanuit de **wetenschap**
- Doe dat dan ook en snel.

VOORSTEL 1 – NIEUWE RICHTLIJNEN

1. **Nieuwe richtlijnen** en **werkwijzen** moeten het liefst dezelfde dag nog genoemd worden op RIVM.nl.
Zorgvuldigheid is belangrijk, daarom **alle begrip** dat **afstemming** voor de 'juiste content' tijd vraagt.
2. Maar het publiek wacht wel op antwoord! **Communiceer** daarom in elk geval **op de relevante pagina's** dat er **aan gewerkt wordt** en dat meer informatie binnenkort bekend wordt gemaakt.
3. **Geef** daarbij ook **aan waar** die **informatie** dan te vinden is.

ADVIES 2 – RISICOGROEPEN CORONA

Nieuwe pagina voor 'risicogroepen corona'

- **Mensen** die nu **zoeken** in zoekmachines op '**risicogroepen**' komen terecht bij RIVM.nl op positie 1, maar **helaas** is dit de **verkeerde pagina** <https://www.rivm.nl/ziek-door-dier/risicogroepen>.
- **Mensen** die **zoeken** op '**risicogroepen corona**' of vergelijkbare vragen **zien RIVM.nl helemaal niet**. Wel de hartstichting en LCI (deze content is te specialistisch voor brede bevolking).
- Kortom: **publieksinformatie** van **RIVM** over **risicogroepen** en corona zijn **niet te vinden** via zoekmachines.

VOORSTEL 2 - RISICOGROEPEN CORONA

1. **Maak** een **landingspagina** over 'risicogroepen corona'. Dit kan bijvoorbeeld als **subpagina** onder de veelgestelde vragen, naast 'Testen op COVID-19'.
2. **Verzamel** hier de **belangrijkste antwoorden** die samenhangen met deze zoekvraag.
3. En **geef** hier ook duidelijk **aan** wat wel én **wat** vooral **niet verstandig is** voor deze doelgroep.

ADVIES 3 - PUBLIEKSVRAGEN

Beantwoord publieksvragen op contentpagina's

- Dit lijkt een **open deur** en toch **trappen** jullie hem vaak **niet in**.
- Voorbeeld: mondkapjes <https://www.rivm.nl/coronavirus-covid-19/mondkapjes>
- Een mooie **pagina** waarmee jullie **meteen op 1** staan in **zoekmachines**
- **Belangrijke vragen** blijven echter **onbeantwoord**, zoals:
 - Mondkapjes bieden 'schijnveiligheid', zegt het RIVM en de premier, maar hoe zit dat dan?
 - Zelfgemaakte maskers doen toch wel iets? In België worden ze juist gepromoot door de regering?
 - 'Je beschermt jezelf niet, maar wel anderen?'
 - Et cetera

VOORSTEL 3 - PUBLIEKSVRAGEN

1. **Geef** beter **antwoord** op **publieksvragen** door een betere analyse van data.
2. **Social media monitoring** in combinatie met een **analyse van search data** en **webstatistieken** geven een goed **beeld** van wat er leeft onder de **bevolking**.
3. **Gebruik** deze **data** als basis **voor** het maken van **contentpagina's** zodat de inhoud beter aansluit op de daadwerkelijke vraag. Contenture is **beschikbaar** om dit ad-hoc op te pakken.

TOELICHTING AANPAK

1. Contenture geeft op basis van data-inzichten advies over communicatie.
2. Wij genereren onbewerkte big data uit diverse bronnen. Van searchmachines, nieuwssites, fora, twitter, facebook, blogs tot talloze websites die relevant zijn met betrekking tot het topic. De percentages die we rapporteren worden afgerond.
3. Op basis van data uit al deze bronnen geven we een 360 graden scope, we inventariseren welke topics er spelen, welke trends er zijn, we analyseren waar voor RIVM blindspots zitten en adviseren over de inzet van effectieve communicatie.
4. Contenture werkt via een beproefde methodiek zoals eerder gebruikt op het Vaccinatiedossier van RIVM.

Heb je vragen? Wil je een toelichting of verdere duiding? Aarzel niet:

5.1.2e 5.1.2e – 5.1.2e – 5.1.2e [h@contenture.nl](mailto:info@contenture.nl)