

Tweede fase communicatiecampagne

CoronaMelder is sinds landelijke introductie nu al ruim 4,6 miljoen keer gedownload. Deze introductie ging gepaard met een massamediale publiekscampagne. In de afgelopen periode zijn o.a. de resultaten vanuit de doorlopende evaluatie gebruikt om de verdere communicatie rondom CoronaMelder vorm te geven. Het blijkt dat CoronaMelder minder sterk vertegenwoordigd is bij bepaalde groepen gebruikers zoals jongeren en lager opgeleiden. Daarnaast blijven ook sommige misverstanden bestaan over bijvoorbeeld privacy. Dit laatste speelt vooral onder niet-gebruikers van de app. Het is daarom belangrijk om de adoptie van CoronaMelder met behulp van communicatie te blijven stimuleren. Hoe meer mensen de app gedownload hebben, hoe beter deze werkt en ketens van verspreiding kan verbreken.

De communicatie rondom CoronaMelder is hiermee een nieuwe fase ingegaan waarbij blijvend geïnformeerd zal worden over de werking van de app en de misverstanden die hierover bestaan. Hierbij zal ingespeeld worden op nieuwe technische ontwikkelingen zoals de pauze functionaliteit of de ondersteuning van oudere iPhone telefoons, nieuwe onderzoeksresultaten maar ook eventuele versoepelingen in de maatregelen die sociaal verkeer mogelijk maken. Juist in deze situaties kan CoronaMelder zijn werk doen. Hierbij zal gebruik gemaakt worden van een PR-aanpak met o.a. free publicity, het inspelen op actualiteiten waar mogelijk en zeer gerichte inzet van betaalde media.