

TOOL STEUNOGRAAF

Doelstelling

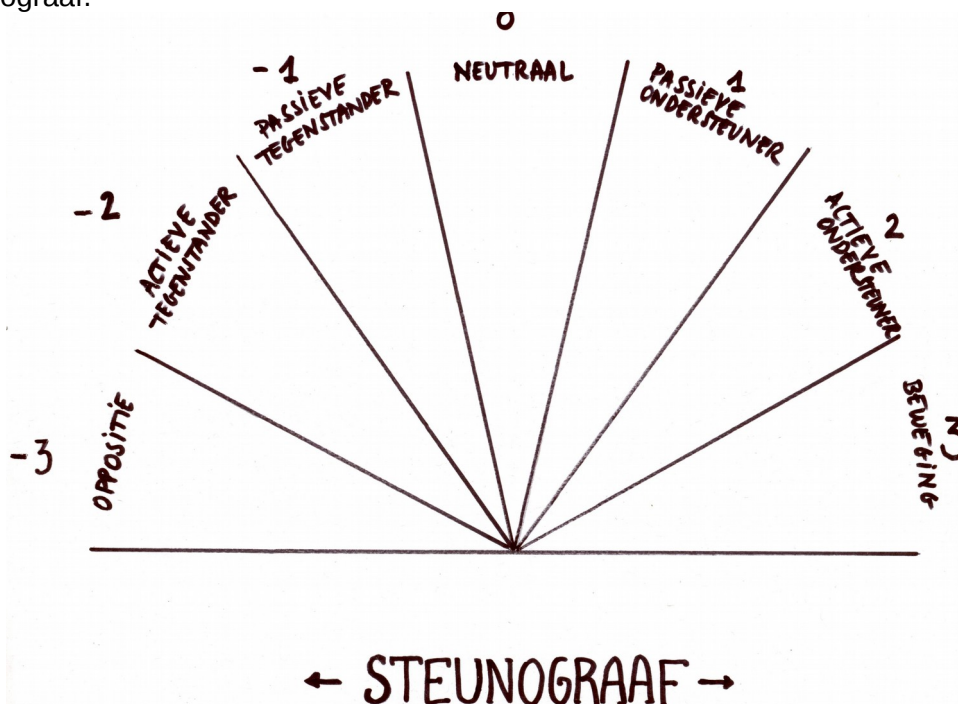
- beeld krijgen van relevante doelpublieken en actoren (groepen, individuen, partijen, ...) voor campagne
- inzicht in relevantste doelwitten
- eventueel opstap voor keuze actievormen

Verloop

a/ Brainstorm over alle concrete actoren (groepen, individuen, partijen, ...) die binnen je campagne een rol (zouden kunnen) spelen:

- Maak deze zo specifiek mogelijk; dus geen “algemene publieke opinie” of “politieke partijen” maar eerder “bezorgde ouders”, “Groen”, “klanten van Colruyt”, “VTM-nieuws kijkers”...
- Benoem de groepen die je al dan niet gunstig gezind zijn:
 - tegenstanders (die je wil bereiken, die je tegenwerken, ...)
 - ondersteuners (reeds actief of mogelijks te overtuigen zijn)
 - neutrale groep (niet in een ‘kamp’ in te delen maar mogelijks wel relevant)
 - onder actief verstaan we pro- of tegen (dit wordt actief geuit), onder passief verstaan we licht pro- of tegen.
- Schrijf deze op post-its

b/ Overleg in je groep in welk segment je de actoren het best plaatst en kleef de post-its in de steunograaf.



c/ Vraag: “Zijn er op basis van wat we hier zien nog meer actoren die we kunnen toevoegen?”

d/ Vraag: “Op welke actoren focussen we best onze campagne? Hoe doe je dit? (onderzoek, aandacht creëren, ...)” “Zijn er actoren die de macht hebben om het bereiken van ons doel te blokkeren? Hoe kunnen we hier een tegenwicht aan bieden?”

! Indien niet samen met oefening 2 : omcirkel de actoren die het meest wegen op het probleem? Sta je hier ver vanaf? Zien we daar personen of organisaties die de brug zouden kunnen leggen?

TOOL NETWERK-MAPPING

→ Indien je steunograaf gedaan hebt, begin je oefening bij punt b

a) Doe een brainstorm over alle concrete actoren (groepen, individuen, partijen, ...) die binnen je campagne een rol (zouden kunnen) spelen:

→ Maak deze zo specifiek mogelijk; dus geen “algemene publieke opinie” of “politieke partijen” maar eerder bezorgde ouders, Groen, ...

→ Benoem de groepen die je al dan niet gunstig gezind zijn:

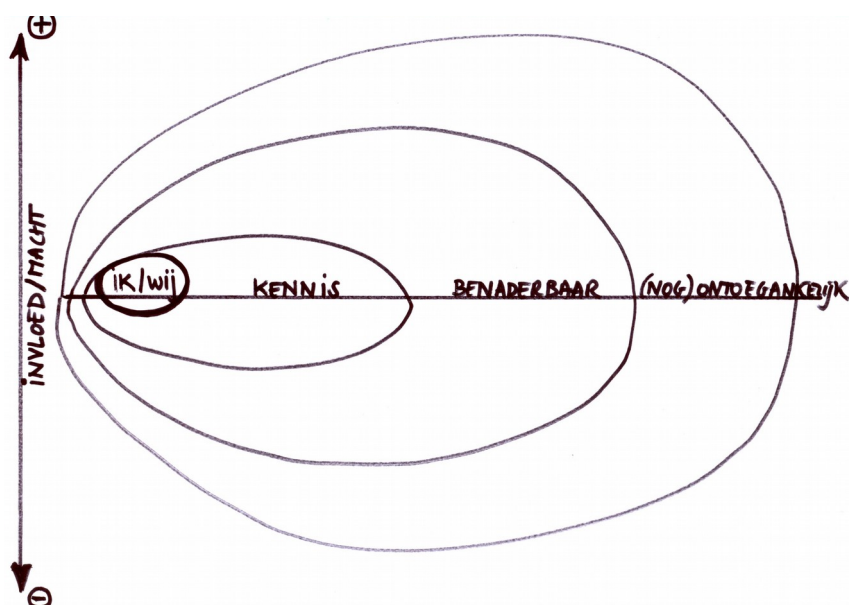
→ tegenstanders (die je wil bereiken, die je tegenwerken, ...)

→ ondersteuners (reeds actief of mogelijks te overtuigen zijn)

→ neutrale groep (niet in een ‘kamp’ in te delen maar mogelijks wel relevant)

< denk hier ook aan eventuele brugfiguren/bemiddelaars, logistieke ondersteuners, ...

→ Schrijf deze op post-its



b) plaats de actoren binnen één van de concentrische cirkels. De cirkels duiden de afstand of betrokkenheid aan tussen de actoren en jouw organisatie:

→ binnen: actoren waarmee we vlotte contacten hebben

→ midden: groepen waarmee we moeilijker contact hebben

→ buiten: groepen waarmee we potentieel contact kunnen hebben

In groep overloop je deze actoren bij de plaatsing één voor één. Je checkt actief in je groep wie hier persoonlijk of via via toegang toe heeft. Als de actor eerst ontoegankelijk leek, maar na bevraging binnen de groep toch benaderbaar lijkt, schrijf dan naam van deze persoon erbij/erop en verschuif naar middenste cirkel.

c) Doe een eerste brainstorm/inventarisatie hoe deze actoren het best kunnen bereikt worden

d) Bepaal de meest relevante groepen (omcirkel) die op basis van deze mapping het beste benaderd worden.

e) In welke relaties staan we sterk en in welke eerder zwak? Is dit mogelijk te ontwikkelen: in lijn met capaciteit, wederzijdse relatie, stoten we potentieel andere groepen af als we toenadering tot nieuwe zoeken, ... ?

Bron: Vrije bewerking van TdT 'Organising for Change' 2017