

Doelstelling

“Eind 2027 kent 75% van de volwassen inwoners van Oldambt STAP en de helft van hen weet wat STAP doet.”

Subdoelstellingen

- Informatie over STAP komt bij de doelgroep terecht en is makkelijk vindbaar;
- De locatie van STAP is herkenbaar;
- STAP is via telefoon, mail en WhatsApp makkelijk bereikbaar;
- Informatie en uitstraling van STAP zijn aansprekend;

Primair:

Inwoners van Oldambt met (dreigende) geldzorgen.

Secundair:

Groep mensen daar omheen die door de primaire doelgroep vertrouwd wordt en die kan doorverwijzen. In de secundaire doelgroep vinden we bijvoorbeeld familie, vrienden, burens, collega's of zorgverleners.

Doelgroepen

De Communicatie Gids
nuchtere communicatie voor organisaties

Kernwaarden

Wat beschrijft onze cultuur?

- Laagdrempelig
- Samen
- Betrouwbaar
- Gelijkwaardig

Kernboodschap

Wat willen we in essentie vertellen?

“We zijn er voor iedereen in Oldambt die zich zorgen maakt over geld. Samen zoeken we naar oplossingen. We behandelen alle mensen eerlijk en gelijk. We maken het makkelijk om de juiste hulp te krijgen. Ons doel is dat iedereen zonder geldzorgen kan leven.”

Elevator pitch

De kernboodschap in het kort

Over STAP:
“STAP (Oldambt) helpt mensen met geldzorgen en zorgt dat ze de juiste hulp krijgen.”

Vanuit STAP:
“STAP (Oldambt) helpt je als je geldzorgen hebt en zorgt dat je de juiste hulp krijgt.”

Huisstijl

Hoe zijn we zichtbaar?

Onze huisstijl is vastgelegd in een apart document. Daarin zijn o.a. deze onderdelen te vinden:

- logo, lettertypes, kleur, enz.
- we tutoyeren (je/jij)
- B1 taalniveau (korte zinnen, eenvoudige woorden, ...)

Slogan

Laden van de naam STAP en het logo

Kort: “Geen zorgen meer over geld”

Middel: “Geldzorgen? Samen zetten we de eerste stap.”

Lang: “Geen zorgen meer over geld. Samen zetten we de eerste stap.”

Naam

In de volksmond wordt vaak gesproken over ‘STAP Oldambt’. Dat is niet de officiële naam. We gebruiken in onze eigen communicatie alleen STAP.

