Algemene principes van de federale communicatie

INSTITUTIONELE BEKENDHEID

In naam van de instelling verspreiden de communicatoren en de woordvoerders officiële informatie.

Ze treden op als authentieke, betrouwbare en integere bronnen.

TEN DIENSTE VAN HET PUBLIEK

De communicatoren luisteren naar hun doelpublieken, zowel diegenen die getroffen zijn door de digitale kloof als diegenen die "digital first" zijn.

Ze vragen hen om advies om de contents aan te passen aan de behoeften en de situaties.

CONTENTKWALITEIT

De informatie die wordt overgemaakt is juist en up-to-date. Ze is neutraal en factueel.

De algemene informatie wordt aangevuld met specifieke informatie.

INTERACTIVITEIT

De communicatoren beantwoorden de vragen en informatieaanvragen via aangepaste en uiteenlopende kanalen.

Ze moedigen de burgers aan om de informatie van de overheidsinstellingen te doen circuleren, in het bijzonder op de sociale netwerken.

PROACTIVITEIT

De communicatoren bezorgen op eigen initiatief en te gelegener tijd onpartijdige en relevante informatie.

Wanneer mogelijk bieden ze diensten aan op maat, op een gepersonaliseerde en eenvoudige manier.

TRANSVERSALE SAMENWERKING

De communicatiediensten delen hun informatie en hun kennis.

Ze zijn op zoek naar synergieën.

DOELTREFFENDHEID EN EFFICIËNTIE

"Digital first" staat centraal in de communicatie-aanpak om economische en ecologische redenen.

De diensten delen middelen: technologieën, raamovereenkomsten …

GEMETEN

De communicatoren evalueren elk jaar hun strategisch plan om het continu te verbeteren.

Ze evalueren de mogelijke toegevoegde waarde van elke campagne en actie alvorens er een beroep op te doen.

Verantwoordelijke uitgever: Arlin Bagdat - Wetstraat 16 - 1000 Brussel

.be