

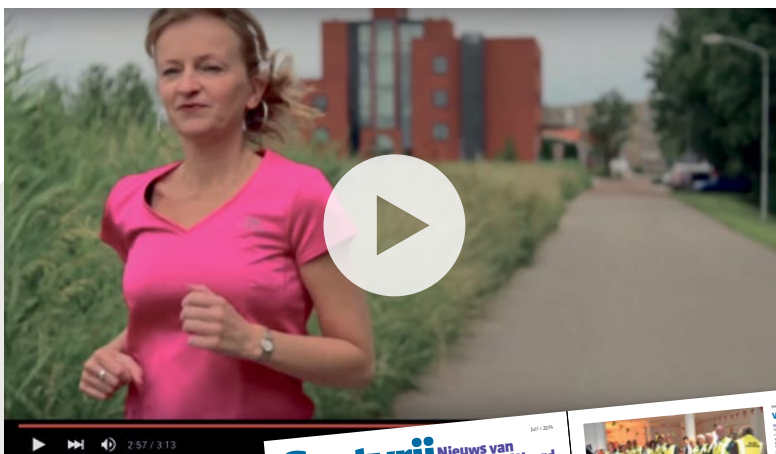
Volkshuisvesting is ons speelveld



Grip Communications is gespecialiseerd in de communicatie van organisaties die actief zijn op het gebied van volkshuisvesting en ruimtelijke ontwikkelingen. Sinds 1995 adviseren en ondersteunen wij een groot aantal woningcorporaties. Als adviseur, gedetacheerd specialist of uitvoerder van specifieke aandachtspunten binnen de interne of externe communicatie.

Vertel het verhaal van jouw corporatie

Het verhaal van jouw corporatie onder de aandacht brengen. In de juiste vorm en op de juiste plaats. We kennen de corporatiebranche en herkennen de kleine en grote verhalen die er toe doen. We maken content in alle denkbare vormen. Van videoclip, persbericht, (pers)foto, infographic en animatie tot geschreven artikel, blogtekst en videoblog. Oprechte interesse in mensen en een onverzadigbare (journalistieke) nieuwsgierigheid zijn onze drijfveren.



Hoe is het nu echt, om te werken bij **woningcorporatie Brabantse Waard**?

We vroegen het de medewerkers zelf in een korte informatieve film.

Op welke wijze informeer je huurders over jullie activiteiten en plannen voor de toekomst? **Brabantse Waard** vertelt haar verhaal in vogelvlucht op twee pagina's in de plaatselijke krant. Ook is het (verkort) jaarverslag online beschikbaar.



Heeft het bewonersmagazine zijn beste tijd gehad?

Iedere corporatie heeft wel een bewonersmagazine of nieuwsbrief om bewoners en relaties te informeren over wonen en leven in het werkgebied. Hoewel steeds meer klanten hun informatie online zoeken, blijven veel klanten het gedrukte magazine waarderen. Maar onderzoek eens de mogelijkheden om de content uit het magazine online te delen. Zo informeer je ook klanten op maat die op internet of via e-mail hun informatie verzamelen.

Een nieuw ontwerp en aangepaste redactieformule voor het bewonersmagazine van **woningstichting De Leeuw van Putten**

Relaties van **Tablis Wonen** ontvangen regelmatig een digitale nieuwsbrief. Naast informatie over de eigen activiteiten is er ook ruimte voor het delen van nieuwsberichten over de volkshuisvesting en het werkgebied.



Een sterke identiteit

Laat je corporatie communiceren vanuit een eigen identiteit. Wat zijn jullie waarden en sterke punten? Waarom doet de corporatie wat ze doet? Waar ligt de focus? Door de corporatie een gezicht en een verhaal te geven, brengen we je dichterbij jouw huurders en relaties.

Voor **Woonkracht10** ontwikkelden we een krachtige identiteit. Vanuit deze identiteit is de huisstijl vormgegeven en doorvertaald naar tal van communicatiemiddelen.



Praat mét in plaats van tégen relaties

Stakeholdermanagement of omgevingscommunicatie; hoe je het ook noemt, het gaat over in contact komen – en blijven – met alle partijen die voor jouw corporatie van belang zijn. Praten mét in plaats van tégen huurders, omwonenden, winkeliers, overheden, belangengroepen, noem maar op. Het creëren van draagvlak onder stakeholders is essentieel voor elke corporatie. We zoeken interactie met de doelgroepen, luisteren naar hun verhaal en brengen behoeften en belangen in kaart. We geloven in het creëren van draagvlak door middel van goede samenwerking, tijdig en op maat communiceren en snel en adequaat handelen. Dit kan veel weerstand en irritatie wegnemen of zelfs voorkomen.



Belanghouders worden tijdens het **Woonlinie Venster** geïnformeerd over de opbrengsten van Woonlinie in het afgelopen jaar. Welke doelstellingen zijn behaald en welke niet? Ook haalt de corporatie de agenda op voor het nieuwe jaar.



Brabantse Waard informeert leveranciers tijdens een netwerkbijeenkomst over ontwikkelingen in de markt. Welke keuzes moet de corporatie maken? Hoe kunnen we krachten bundelen?

Tijdelijke communicatiekracht nodig?



Heeft jouw communicatieafdeling behoefte aan tijdelijke communicatiekracht? Misschien start er binnenkort een omvangrijk project of gaat een collega met zwangerschapsverlof. Wij hebben de competenties en ervaring binnen de corporatiebranche in huis om snel en effectief aan de slag te kunnen. Op junior of senior niveau. Als adviseur, uitvoerder of beide. Bel of mail ons voor een invulling op maat.

Help een crisis!

Een ernstige constructiefout. Een poging tot geweldpleging. Een milieucalamiteit. Elke corporatie kan worden getroffen door een crisis met verstrekkende gevolgen voor veiligheid en gezondheid van mensen, continuïteit en imago. Crisiscommunicatie verhoogt het crisisbewustzijn, zorgt voor preventieve maatregelen en beperkt de schade bij een crisis.



We verzorgden de communicatie voor **Woningbouwvereniging Hoek van Holland** direct na een hevige brand in twee woningen.

Voordat **woningcorporatie Brabantse Waard** haar woningen liet onderzoeken op aanwezigheid van asbest vormden we intern een crisiswerkgroep, brachten alle mogelijke scenario's in kaart en informeerden alle medewerkers over de gewenste communicatie.



Online strategie geeft grip

Informeert jouw corporatie huurders en relaties via social media? Facebook, Twitter en LinkedIn zijn bij veel corporaties favoriet. Misschien is het nu tijd voor de volgende stap. Breng structuur in de online communicatie. Maak duidelijke keuzes, benoem doelgroepen en doelstellingen en meet of deze daadwerkelijk zijn bereikt. Zorg ook voor een duidelijk intern proces om goed en adequaat te reageren op interactie via social media. Vanzelfsprekend helpen wij je graag ;-)



We willen blijven groeien, kritisch zijn en onze verantwoordelijkheid nemen. Onze betrokkenheid bij mens en maatschappij heeft ons in 2014 doen besluiten om SOS Kinderdorpen op structurele wijze financieel te ondersteunen.



De nieuwste communicatietips?

> Schrijf je via griponline.nl in voor onze digitale nieuwsbrief.