# Interviewleidraad – Ivette Haas

## 1. Introductie

Bedankt, introductie project.

Het doel van mijn onderzoek is om te kijken hoe we de **communicatie** beter kunnen laten aansluiten op onze doelgroep. Met uiteindelijke doel: **de zalenbezetting verhogen** – maar wel op een manier die past bij ons verhaal en onze waarden.

Weet je wat zin is/doet/ben je er geweest met de twee daagse? (Conferentielocatie met zalen verhuur)

Ik hoorde van Melissa dat jij sterk bent in het creatief vertalen van verhalen naar communicatie (zoals met StudioSpreekwoord). Ik ben benieuwd naar je kijk daarop.

## 2. Context schetsen

* De bezetting bij Zin loopt langzaam terug. Uit de gesprekken die ik heb gevoerd komt naart voren dat vaak mensen **niet goed weten wat we doen of waar we voor staan**.
* We hebben zelf het gevoel dat we een sterk verhaal hebben – maar het **komt niet over**.
* We willen inspireren om stil te staan bij wat je leven **betekenis** geeft. Waarom doe je wat je doet. Daarbij is **compassie** (Meevoelen en helpen) en **barmhartigheid** (helpen zonder iets terug te verwachten) belangrijk. En ook iets teruggeven. Om samen de wereld een beetje beter te maken. Dit doen we door het compassiefonds wat bestaat uit **zorg, onderwijs** en **armoedebestrijding**.

## 3. Verhaal naar praktijk

Jij werkt ook met verhalen, bijvoorbeeld bij gemeenten. Op jullie site las ik: “Heeft jouw gemeente een verhaal dat je wil delen via een unieke route?” – dat is precies waar ik naar op zoek ben, alleen dan zonder dat er per se een fysieke route is.

* Hoe maak je de **vertaling van een verhaal naar praktische communicatie**?
* Hoe zorg je dat een verhaal niet alleen klopt voor jezelf, maar ook binnenkomt bij de doelgroep?

## 4. Test: onze 7 kernpunten

We hebben 7 punten waar wij als organisatie trots op zijn. Ik heb deze ook voorgelegd aan een paar mensen uit de doelgroep. Ik ben benieuwd of jij ideeën hebt om dit te communiceren naar de zakelijke gast?

1. De **maatschappelijke** missie (winst gaat naar goede doelen)
2. Het kloosterverleden en de **geschiedenis** van de Fraters
3. De **duurzame** aanpak (een van de duurzaamste locaties)
4. Biologische, smakelijke **keuken**
5. **Zin-team**: mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt
6. De **locatie** zelf en kunst in het gebouw
7. Onze **gastvrijheidsgarantie**

## 5. Reflectie & Advies

* Hoe zouden wij dit verhaal volgens jou het best kunnen overbrengen?
* Heb je ideeën voor **creatieve vormen of kanalen** die daarbij passen?
* Wat zie jij vaak misgaan bij organisaties die hun verhaal proberen te vertellen?

## 6. Verbinding met de doelgroep

* Wat maakt dat een boodschap **raak is of blijft hangen**, vooral bij zakelijke gasten of beslissers?

## 7. Afronding

* Is er iets dat jij belangrijk vindt dat ik nog niet heb gevraagd, dat je mij mee wil geven?
* Dank voor je tijd! Vind je het leuk als ik je een terugkoppeling geef met wat eruit is gekomen?