

Meldactie

Voor je een meldactie begint, moet je weten wat je met de resultaten wilt bereiken. Zoek je publiciteit over misstanden? Ga je lobbyen om knelpunten op te lossen? Of heb je de informatie nodig om beleid te beïnvloeden?

Vorbereiding

- *Afspraken*
Maak duidelijke afspraken met andere organisaties met wie je samen werkt. Bijvoorbeeld over de vraag wiens actie het is.
- *Eigen meldpunt?*
Kies je voor een eigen actie of voor aansluiten bij een bestaand (landelijk) meldpunt (zoals een Wmo-meldpunt)? Als je bij een bestaand meldpunt aansluit, houd je dan wel voldoende zeggenschap over je meldactie? Doe je het zelf, kun je dat wel aan qua menskracht? Wat is de juiste periode? Hoeveel andere lopende meldacties zijn er voor je doelgroep of in je regio? Bij hoeveel meldacties is je organisatie betrokken?
- *Resultaten*
Beschrijf je de resultaten in aantallen (rapport met cijfers), in voorbeelden (zwartboek) of beiden? Bij een lokale meldactie krijg je relatief weinig meldingen. Zoek je goede of slechte voorbeelden, dan kun je er altijd voor zorgen dat iemand enkele concrete, reeds bekende knelpunten gaat melden.
- *Formuleer de vragen*
Wat wil je weten? Moeten mensen hun ervaringen schriftelijk, telefonisch, per e-mail, via een website of via meerdere kanalen melden?
- *Test de vragenlijst*
Zijn de vragen begrijpelijk voor je achterban? Kun je de verzamelde informatie gebruiken voor je doel?
- *Menskracht*
Zorg voor voldoende mensen op het meldpunt. Zij moeten niet alleen antwoorden kunnen registreren, maar ook allerlei vragen kunnen beantwoorden. Ze moeten ook weten hoe ze moeten doorverwijzen.
- *Begin de actie*
Het meldpunt moet beschikbaar zijn als de publiciteit gezocht wordt. Je kunt de eerste meldingen zelf registreren: zet een belangrijk bekend iemand (VIP) achter de telefoon en laat iemand deze persoon bellen. Zorg dat er voor de media al direct enkele bruikbare meldingen zijn.
- *De actie loopt*
Houdt er rekening mee dat je achterban enkele weken tijd nodig heeft om de vragenlijsten in te vullen. Zoek tussentijds publiciteit om nogmaals aandacht voor de meldactie te vragen.
- *Einde actie*
Reserveer voldoende tijd voor verwerking van de resultaten. Dat kan handmatig of in de computer met Excel. Zorg dat zo kort mogelijk ná de sluiting al gegevens beschikbaar zijn voor media.
- *Aanbieden verslag*
Bedenk aan wie je het verslag wilt aanbieden. Wie is verantwoordelijk voor de oplossing van de gesignaleerde knelpunten? Een verantwoordelijk wethouder bijvoorbeeld?
- *Na de meldactie*
Zorg voor een goede evaluatie om te kijken wat je de volgende keer nog beter kunt doen. Bedank alle mensen die betrokken zijn geweest bij de actie.
- *Draaiboek*
Leg al deze afspraken vast in een draaiboek waarin stap voor stap staat wat er allemaal geregeld moet worden.

Publiciteit vooraf

Een meldactie vraagt om publiciteit vooraf. Je kunt zoveel mogelijk mensen hun ervaringen laten melden. Dit kan op verschillende manieren, zoals:

- advertenties in lokale en regionale dagbladen
- radiospotjes bij lokale en regionale omroepen
- berichtjes op populaire websites (vraag ook of ze banners of buttons plaatsen)
- eigen site gebruiken voor het meldpunt
- bekende persoon vragen om over de actie te vertellen
- persberichten en persoonlijk contact met relevante (lokale) media: huis-aan-huis bladen, radiozenders en kabelkranten
- openstellen telefonisch meldpunt, ook buiten reguliere werktijden
- benaderen van organisaties met verzoek om medewerking
- bericht sturen naar eigen leden/achterban.

Publiciteit tijdens meldactie

Om te zorgen dat er weer nieuwe mensen reageren, kun je ook tijdens de meldactie werken aan publiciteit:

- tussentijds resultaten beschikbaar stellen voor de media
- ervaringsverhalen publiceren
- herinnering naar leden of achterban sturen

Publiciteit na afloop

Je hebt het meeste resultaat van je meldactie, als de resultaten snel beschikbaar komen:

- bijzondere afsluiting van meldpunt-telefoon
- persbericht met (voorlopige) resultaten
- rapport overhandigen.

Registratie

Een meldactie staat of valt met een goede registratie. Registratie kan:

- via een website. Mensen melden hun eigen klacht en deze wordt automatisch in een database opgeslagen.
- via een standaardformulier. Veel mensen zullen schriftelijk of telefonisch willen melden.

Er zijn tal van websites voor het gratis zelf aanmaken van webbased registratieformulier, bijvoorbeeld surveymoney.com. Je kunt ook hulp zoeken om zelf eenvoudig registratieprogramma te laten ontwikkelen.