

Communicatieplannen voor Museum Hof van Busleyden

Michelle Coenen

Welkom in

Museum

Hof van Busleyden

Mechelen



Al bijna een jaar open...

... zonder strategisch plan

➤ De sprint naar de opening(en)

- Vertraging opening museum
- 23 maart 2018: *Roep om Rechtvaardigheid*
- 17 juni 2018: Opening museum
- 15 december 2018: *It almost seemed a lily – Berlinde De Bruckere*



Communicatie binnen het museum

Taakverdeling

Sara Verhaert: pers, events, nocturnes,
partnerships, Ambassadeurs

Michelle Coenen: online media, marketingplan en
campagnes, Vrienden, shop

Samen:

Creatie promotiemateriaal,
(Eind)redactie,
Signalisatie,

...

En ook:

Onderdeel Cel Publieksbemiddeling



Verandering op komst!

Strategie 2019 - 2023

Opmaak nieuwe plannen > klaar tegen eind april 2019

Strategisch Plan

Meerjarenplan

Communicatiehandboek

Jaaractieplannen



Verandering op komst!

Strategie 2019 - 2023

Opmaak nieuwe plannen > klaar tegen eind april 2019

Strategisch Plan:

Externe/interne analyse

Missie en Visie voor communicatie

Doelgroepen/stakeholder analyse

4 C's

Branding

Waar willen we staan over 5 jaar?



“Het werd duidelijk dat ons imago eigenlijk dat van een besloten feestje was. We doen wel de deur open, maar we dan praten we niet met onze gasten. Daarom is het lastig voor bezoekers om zich aan ons te binden.”

Dit was ook terug te vinden in een krantenbericht over een tentoonstelling, wat het Van Abbe bestempelde als het meest conceptuele en hippe museum uit de regio, maar ook het meest afstandelijke.

Verandering op komst!

Strategie 2019 - 2023

Opmaak nieuwe plannen > klaar tegen eind april 2019

Meerjarenplan:

Gesprekken met collega's

Zwaartepunten per jaar

Gefaseerde doelgroepen-aanpak



Verandering op komst!

Strategie 2019 - 2023

Opmaak nieuwe plannen > klaar tegen eind april 2019

Communicatiehandboek

Huisstijl: hoe zien we eruit?

Stijlgids: hoe schrijven we?

Pers: hoe is onze perswerking georganiseerd?

Sociale Media matrix: wat op welk kanaal?

Stroomdiagrammen communicatie: wie kijkt mee in welke fase?

Modelcontracten



Verandering op komst!

Strategie 2019 - 2023

Opmaak nieuwe plannen > klaar tegen eind april 2019

Jaaractieplannen

Per jaar

Concrete indicatoren

Praktisch: een checklist voor onszelf

Basis voor het jaarverslag



Waar willen we heen?

Over vijf jaar ...

- **HvB** is instant herkenbaar als Museum Hof van Busleyden
- **Het publiek** weet wie we zijn en welk verhaal we vertellen in het museum, maar wij kennen hen en hun behoeftes ook
- Het publiek heeft een **vollediger, ronder beeld** van de Bourgondische periode en zijn impact
- De **beleving** is voor een bezoeker zoveel meer dan een klassiek museumbezoek, dankzij de veelheid en diversiteit van het extra-museale aanbod
- Mechelen is opnieuw **de hoofdstad van het Bourgondisch verhaal**
- **Mechelaars** beschouwen ons terecht als 'hun' museum
- In de museumwereld staat HvB voor: **veelzijdig, meerlagig, kwalitatief en participatief**
- We zijn een **open en toegankelijk huis**, ook voor gezinnen, kwetsbare doelgroepen en anderstaligen
- We zijn een communicatief **antennemodel**

Waar willen we heen?

Over vijf jaar ...

“So a curator will come to me and say ‘here’s my idea’, and I will ask them three questions. The first question is, ‘what’s V&A about this?’ Meaning, is it on brand, is it about creative process, is it world class. ‘What’s the big idea?’ That’s absolutely at the core of what Wally’s company and others like it try to get to. And the third is, ‘who is this for?’ “

Communicatie wordt vanaf het begin betrokken

Adviseren vs. Uitvoeren

Bewakers van het imago

Leren uit het verleden...

Continuïteit is belangrijk

museum
h Hof van Busleyden
Bourgondisch stadspaleis Mechelen
VB



Leren uit het verleden...

Continuïteit is belangrijk



Leren uit het verleden...

Hou de communicatieketting kort

