

AGRI NW

Rigtinggewende

Kommunikasie

STRATEGIESE KOMMUNIKASIEPLAN

STAP 1: Analiseer die interne omgewing

- Agri NW se korporatiewe profiel

Agri NW is affiliaal van Agri S.A met takke in al die provinsies, waarvan Agri NW net 1 is.

Agri NW is 'n Nie- Winsgewend organisasie, is ten volle afhanklik van ledegeld/ affiliasiegeld met sy geleë in Lichtenburg. Hierdie kantoor bestaan uit 5 werknemers wat die Uitvoerende hoofbestuurder, 'n persoonlike assistent, en 3 Administratiewe personeellede

'n Goeie reputasie word in die veld waar die meerderheid van respondente in 'n onlangse telefoonopname hul dank uitspreek vir dit wat Agri NW doen.

Agri NW lewer dienste aan die brieë landbougemeenskap, maar meer spesifiek aan hul lede. Hierdie dienste bestaan uit Primêre en Sekondêre dienste.

Primêre dienste sluit die volgende in.

1. Bou 'n Provinsiale-, Nasionale- en waar moontlik 'n internasionale netwerkkapasiteit met landbou en verwante sektore waardeur beïnvloeding en bedinging kan plaasvind.
2. Verseker 'n Positiewe beeld van die kommersiële landbou deur doelgerigte beïnvloeding van besluitnemers, landbouroepe en nywerhede, die eindverbruiker en die brieer samelewing.
3. Fasiliteer en koördineer kollektiewe strategiese denke en optrede van belanghebbendes in die landbou, ten einde regeringsbesluite en eie optrede te rig.
4. Stel geïnterpreteerde inligting beskikbaar vir onderhandeling op verskeie vlakke binne die georganiseerde landbou.

5. Moniteer en beïnvloed beleid, wetgewing en regulasies asook die toepassing daarvan, onder andere ten opsigte van:
 - Arbeid-/opleidingsbeleid en stelsels;
 - Grondbeleid;
 - Veiligheid;
 - Wet en orde;
 - Makro-ekonomiese beleid;
 - Handels-en nywerheidsbeleid (ook insette in finansiering);
 - Tegnologie ontwikkeling- en oordrag;
 - Markstruktuur en –toegang;
 - Primêre inligting (ekonomies, mark, e.a.) benodig vir beleidvoering;
 - Die beskerming en benutting van natuurlike hulpbronne asook diere-, plante, en voedselgesondheid;
 - Hantering van rampe;
 - Landelike ontwikkelingstrategie, insluitend landelike infrastruktuur en dienste; en
 - 'n balans tussen die belange van bestaande teenoor nuwe boere in die transformasieproses
6. Fasiliteer die hantering van geregverdigde konflik tussen belangegroepes in die landbou.
7. Fasiliteer die kapasiteitskepping vir leier-ontwikkeling op verskillende vlakke van die georganiseerde landbou.
8. 'n Sekretariaatfunksie aan geaffilieerde bedrywe.

Sekondêre dienste is 'n sekondêre resultaat van kundigheid, kennis, inligting en kapasiteit wat opgebou is as gevolg van die behoefte en aktiwiteite rondom die kernbesigheid of Primêre dienste van Agri NW., Dit is dus vir Agri NW in 'n mindere of meerdere moontlik om op van die onderstaande terreine dienste te lewer, afhangend van beskikbare kapasiteit, met die doel om inkomste daaruit te genereer. Afhangend van die behoefte in die mark kan kundigheid selfs op sekere spesialisterreine bekom word.

Advies

1. Arbeidsbestuur (wetsinterpretasie, kursusse, ooreenkomste, ens)
2. Grondhervorming (restitusie- en ander wetgewing en prosesse)
3. oorhoofse belasting aangeleenthede
4. Nywerheids-en handelsondersteuningsmaatreels
5. handelsbeleid en die interpretering van handelsooreenkomste
6. Ondersteuning en fasilitering van tariefbeskermingaansoeke
7. Verwysing van besigheidnavrae

Inligting

8. Opsomming en verduideliking van wette wat die landbou raak
9. Die verspreiding van strategiese bestuursinligting wat ingekontrakteer kan word
10. Mediaskakeling
11. Benutting van ledelyste (in samewerking met affiliasies) vir die ontsluiting van die landboumark
12. Toesprake skryf of lewer
13. Steunwerwing

Dienste

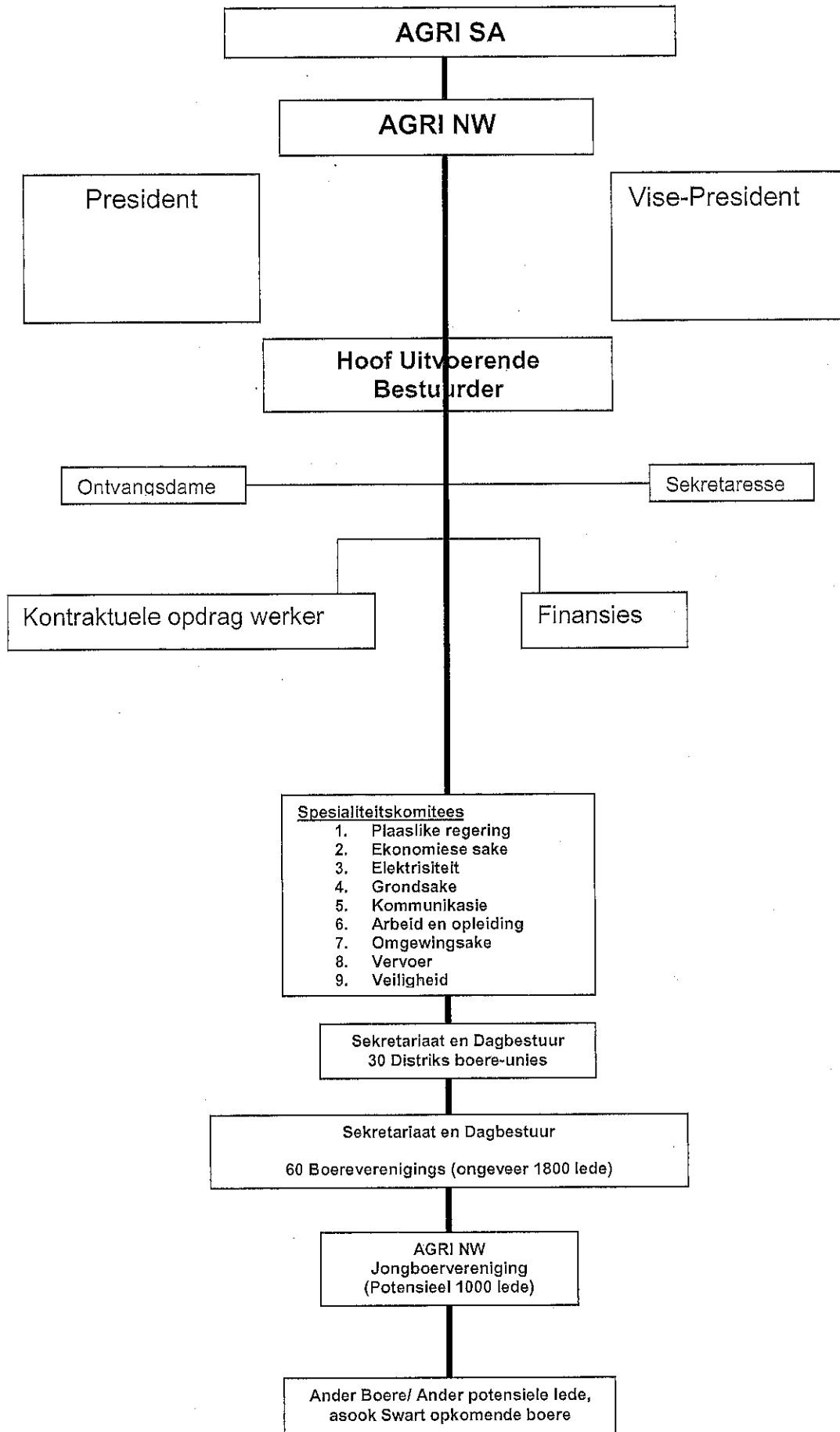
14. Sekreteriatdienste en geaffilieerde bedrywe
15. Die doen van beleid- en bedryfstudies
16. Die fasilitering van (strategiese beplanning en ontwikkeling)
17. Toegang tot 'n nuwe omvattende elektroniese kommunikasiestelsel (die noodkommunikasiestelsel is 'n element daarvan)
18. Bedinging van eksklusiewe ledevoordele:
 - Nissan SA se afslagpakket aan Landbou
 - Smartcom Sellulêre dienste
 - Barloworld se afslagpakket aan landbou
 - Agri Securitas Traumaskema
 - Agri SA- Groep Voorsorgfonds vir plaaswerkers
 - AgriBonus lojaliteitskema; en

- "Crisis on call" veiligheids-en voertuigondersteuningsnetwerk.

Wat *Identiteit en demografie* van lede in Agri NW aanbetref het die meerderheid van lede, 'n direkte of indirekte belang by kommersiële landbou en bestaan uit ongeveer 200 Swart lede en 1200 Blanke lede.

Wat die *organisasie struktuur* betref is dit belangrik om te begryp wat die kanaal/ struktuur van die organisasie t.o.v. die kommunikasievloei en kanale is ten einde kommunikasie te bestuur op so 'n wyse dat kommunikasie en kanale versoenbaar met mekaar is. Effektiewe kommunikasie is die sleutel tot die effektiewe funksionering van die organisasie struktuur en juis daarom moet die genoemde twee faktore versoenbaar wees.

Agri NW se organisasiestruktuur word vervolgens illustreer met die donker lyn wat die boodskapskanaal voorstel.



Die volgende afleidings kan na aanleiding van die organisasiestruktuur gemaak word:

- Die boodskap vloei van groepering tot groepering en kan baie maklike die essensie en boodskap in die proses verloor.
- Boodskappe word potensieel gevaarlik aangesien die interpretasie van die boodskap regdeur die proses verdraai en verwronge raak.
- Wanpersepsies oor die organisasies kan gevorm word
- Agri NW verloor lojaliteit en ondersteuning van lede en ook potensiele lede.

- **Visie & Missie**

Agri NW se *Visie* is om 'n Welvarende, verenigde en volhoubare boerderysektor, wat sosio-ekonomiese groei en ontwikkeling verseker daar te stel met die *missie* om 'n gunstige omgewing vir volhoubare, welvarende landbou en sosio-ekonomiese stabiliteit te verseker deur proaktief hul kundigheid, strukture en vennootskappe te benut.

- **Beginsels en norme**

Agri NW poog om in die toepassing van hul beginsels en norme te verseker dat hul Missie bereik word.

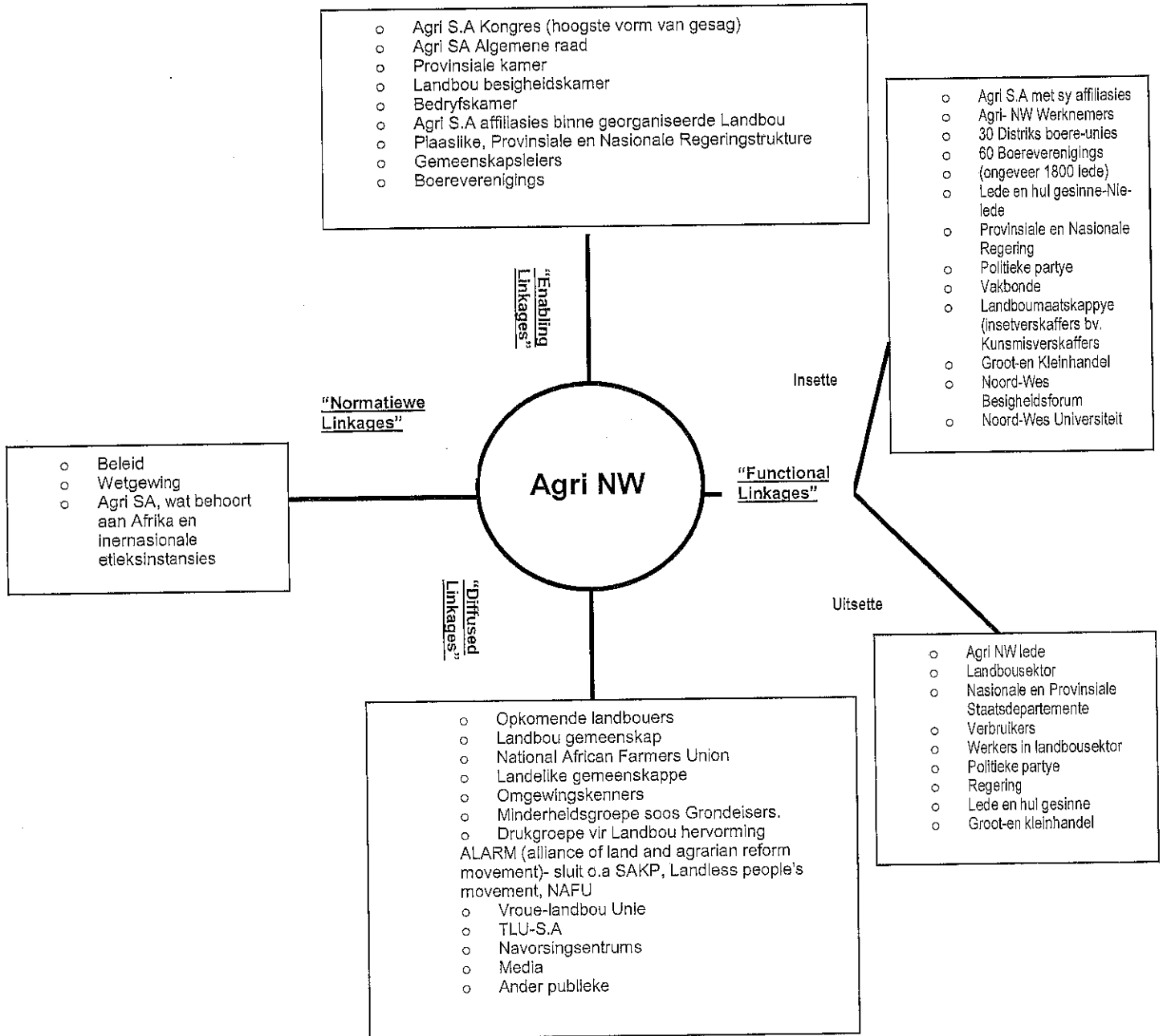
Agri NW se beginsels en norme sien soos volg daaruit:

Agri NW word saamgesnoer deur gemeenskaplike beginsels soos verwoord in die Visie en Missie. Hierdie beginsels kan deur Agri NW as lede in wese onderskryf word, maar word eers 'n werklikheid wanneer elke beginsel uitgeleef word in die wyse waarop ons optree en in die wyse waarop ons aandring dat ons mede lede insgelyks doen. Dus is die Praktiese toepassing hiervan deurslaggewend wat dan soos volg daaruit uitsien waar die volgende in ons optrede teenoor mekaar en andere moet voorkom.

1. Ons luister met empatie na mekaar.
2. Ons wend eers 'n daadwerklike poging aan om die ander party se standpunt te verstaan voordat ons oordeel.
3. Ons is bereid om die volle waarheid, ten alle tye, met mekaar te deel.
4. Ons verskil openlik met mekaar maar toon steeds begrip vir mekaar.
5. besluitneming geskied in ooreenstemming met die Visie en Missie van Agri NW.
6. Ons aanvaar verantwoordelikheid teenoor mekaar en respekteer mekaar.
7. Dit wat ons gesamentlik ontwikkel neem ons gesamentlik eienaarskap voor en dra dit gesamentlik uit.
8. Ons verklaar ons bereid tot vernuwende en skeppende denke.
9. Ons is bereid om berekende risiko's te neem en dit dan logies te bestuur.
10. ons beoordeel en meet ons gedrag en optrede deurlopend aan die hand van ons beginsels en norme om die aanvaarbaarheid en wenslikheid daarvan te bepaal.

Die resultaat van die toepassing van hierdie beginsels en norme gee aanleiding tot die ontwikkeling en uitbouing van die wenslike organisasie karakter wat spruit vanuit die beskouing "Agri NW in diens van die boer" . Hierdie organisasie karakter met 'n klimaat geskep deur 'n opbouende leierskapstyl gee aanleiding tot die verlangde organisasie kultuur en is opmerkbaar in alle sferes waar Agri NW betrokke is.

STAP 2: Identifiseer strategiese belangegroep & publieke in die interne & eksterne omgewing



Sluutel

* Belangegroep: word aangedui deur "Arial" as font te gebruik

Die "Rol, belang en verwantskap van die" Belangegroep: tot die organisasie is: word aangedui deur "Bold" en "Underline" as font te gebruik.

"Enabling Linkages" is groepe wat autoriteit het en hulpbronne bestuur.

"Functional linkages" is individue of groepe wat insette lewer en gebruik maak van uitsette

"Diffused linkages" is verbinde van groepe en individue wat nie deel is van die organisasie nie.

"Normative Linkages" bied verbinde met soortelike organisasies en ander wat ondersteuning kan bied in die oplos van probleme.

- **sosiale audit**

Agri NW se sukses kan op alle owerheidsvlakke opgemerk word waar kommersiële landbouprodusente en- besighede beïnvloed en bevoordeel word. Agri NW se potensiaal is egter nog nie ten volle bereik nie.

- **korporatiewe kommunikasie audit**

In 'n onlangse telefoonopname kom die volgende na vore t.o.v. die belangegroep *lede*

Agri NW moet leiding gee t.o.v. doeltreffende metodes of prosedures sodat bemagtiging van die produsent se arbeidsmag kan plaasvind en ook vanuit 'n magsposisie namens die produsent kan onderhandel. Die meerderheid het hul dank uitgespreek vir dit wat Agri NW doen.

identiteitsaudit

Die belangrikste belangegroep se opinie oor Agri NW en sake/ issues wat van belang is vir die belangegroep word genoem en so ook die mate waartoe die belangegroep druk/mag kan uitoefen/afdwing op die organisasie o.g.v. bv. Hulpbronne.

- **Werknemers**

Bekwame personeel is in Agri NW werksaam. Doelgerigtheid en respek kenmerk hul houding teenoor Agri NW. Aangesien finansiële vergoeding nie altyd verskaf kan word vir o.g.v. groot insette en lang werksure nie, is werknemers ten volle verbind en toegewyd aan Agri NW en sy doelwitte.

- **Produsente**

Produsente in o. a. VEETEELT, TUINBOU, AKKERBOU beskou Agri NW as 'n onmisbare skakel in die landboubedryf waar daar tesame met hul onderskeie verenigings probleme opgelos word. Ander vennootskappe sluit. Agri NW as

vennoot in die Regering in en juis daarom kan Agri NW, Produsente ook van groot hulp wees waar hul belange ondersteun word.

- o Boereverenigings

Agri NW word beskou as betroubare bron van inligting asook spreekbuis van probleme deur die geskikte kanale.

- o Nissa

Nissa Suid-Afrika is trots om met landbou in Suid-Afrika geassosieer te word. Nissa is sedert die jaar 2000 aktief betrokke by Agri SA en veral deur sy verbintenis met die Agri Securitas Trustfonds. Nissa het dan ook reeds meer as R3 000 000 die afgelope vyf jaar spandeer op projekte vir landelike beveiliging. Hierdie projekte is in samewerking met Agri SA en die Agri Securitas Trustfonds gedoen. Nissan SA het ook onlangs aangekondig dat die kontrak met Agri SA wat in Oktober ten einde loop, weer verleng sal word vir 'n verdere periode. Bogenoemde bevestig Nissan SA se betrokkenheid by landbou in Suid-Afrika en ook sy vertroue in Agri SA en sy doelwitte.

- o Absa

Absa is verbind tot die Landbou sektor ,met Agri SA as vennoot en instrument en is van die vorige eeu 'n strategiese en finansiële vennoot vir die sektor van die Suid-Afrikaanse ekonomie. Die verbintenis word gedryf deur 'n holistiese benadering van Agri SA wat langtermynvolhoubaarheid en optimale winsgewendheid sal verseker.

Besigheidsbankbestuurders van ABSA met ondersteuning van Agri SA, voorsien reeds baie jare in die behoeftes van landboukliënte. AgriSpesialiste spesialiseer in finansiële beplanning en bied 'n omvattende reeks produkte en dienste wat in die landbouprodusent se boerderyvereistes voorsien.

- Regeringsdepartemente

Die SA regering is in vennootskap met Agri NW om in belang van Landbou op te tree. 'n Goeie verstandhouding is oor jare gevorm en wedersydse begrip kenmerk hul verhouding.

- Total SA

Total SA het sy lojaliteit aan die landbou in die algemeen en aan die boere in besonder oor baie jare sigbaar probeer demonstreer. Total SA glo dat dit as sodanig 'n goeie langtermynbelegging was, veral gegewe boere se vermoë om ten spyte van beleids- en ander veranderinge in die afgelope dekade, steeds met onderskeiding die posisie van die landbou in die ekonomie te kon handhaaf. Die persoonlike kontak tussen Total SA en die landbousektor binne hierdie vennootskapsverhouding met Agri SA word nie gering geskat nie.

Bewus van die feit dat die landbou periodiek deur rampe gekonfronteer word, het Total SA ook in die jongste verlede gepoog om 'n positiewe bydrae in die verband te maak. Met die oog daarop om sinvolle stelsels, prosedures en ondersteuningsmaatreëls in die verband in samewerking met die owerheid te ontwikkel, het Total SA verdere fondse bewillig wat deur die rolspelers wat verwys na Agri SA, vir die doel aangewend sal word.

- Smartcom

Smartcom en Agri SA het 'n ooreenkoms gesluit waarby alle Suid-Afrikaanse boere asook inset verskaffers kwalifiseer vir 10% afslag op maandelikse subskripsie en lugtyd op spesifieke pakkette. Smartcom lewer 'n bydrae van 4%

van die maandelikse omset aan die Agri Securitas Fonds. Hierdie fonds verskaf finansiële ondersteuning om sekuriteit op Suid-Afrikaanse plase te bevorder.

Verskillende dienste word aangebied, soos die 3G/GPRS-datakaart wat vir Internet gebruik kan word, en die Blackberry vir e-pos doeleindes.

Smartcom verstaan Agri SA en die Landboubedryf verstaan en voldoen aan kommunikasie behoeftes van Agri SA en sy lede.

o T & E FinOps

T & E FinOps is sedert 1998 in vennootskap met Agri NW . T & E FinOps is bekend vir die Agri Securitas Traumaversekeringsproduk en het sedert dien uitgebrei tot 'n volledige eenstop-finansiële diens. Produkte soos die volgende word gebied:

- Agri Securitas Traumaversekering-dekking vir die hele gesin;
- Huisinhoud/motorversekering teen ongelooflike tariewe;
- Kommersiële versekering teen kompeterende tariewe;
- Mediese Fondse - ons hanteer u probleme gratis;
- Finansiering op roerende bates teen lae rentekoerse en gestruktureerd vir die boer;
- Langtermynversekering, dek risiko's ten opsigte van dood, ongeskiktheid en gevreesde siektes;
- Beleggings teen beste bestuurskoste in die mark;
- Verkryging van motors teen maksimum vlootafslag op nuwe motors;
- Produktontwikkeling vir u behoeftes; en
- Werknemersvoordeelpakkette.

o Barloworld Fleet Marketing

Barloworld Fleet Marketing is baie trots op sy vennootskap en assosiasie met Agri SA. Hierdie verhouding het geweldig gegroei oor die laaste drie jaar en

Barloworld is toegewyd daaraan om seker te maak dat hierdie verhouding sal nog meer sal versterk.

Deur middel van wen-wen vennootskappe, volhoubare ontwikkeling en gesamentlike ondersteuning van die landbougemeenskap bly die verhouding suksesvol vir beide partye. Barloworld besef ook dat daar verskeie probleme en uitdagings geassosieer word met die georganiseerde landbou en weet dat ons finansiële bydrae slegs 'n geringe bydrae is. Barloworld glo dat deur hierdie bydrae, toegewydheid aan hierdie belangrike organisasie en deel van die ekonomie getoon kan word.

- Agri NW Lede

Lede verbind hulself finansiëel en ook in betrokkenheid by landbouinisiatiewe van Agri NW. Lede is prys Agri SA vir hul rol en neem eienaarskap van besluite geneem en die wyse waarop besluite en inisiatiewe geneem en bestuur word.

- **Identifiseer sake (kwessies)**

Die volgende sake het 'n bepalende invloed op maatskappy strategie

- Grondhervorming
- Swart ekonomiese bemagtiging
- "Liberalisering van die Landbou" globalisering
- Internasionale mededingendheid
- Wetgewing
- Misdaad

STAP 3: Identifiseer & beskryf hoof strategiese sake in interne & eksterne omgewing

Hoofstrategiese sake sluit die volgende in:

1. *Magsvermenigvuldiging d.m.v. bondgenootskappe*

Om Plaaslike, nasionale en veral internasionale enersdenkende entiteite deurlopend te identifiseer en bondgenootskappe te inisieer en ontwikkel sodat dit daadwerklik bydrae tot Agri NW se magsbasis.

Beleid moet deurlopend bevestig en formuleer word t.o.v. sleutelkwessie in ooreenstemming met Agri NW se Vise en oortuigings.

Daar moet in gesprek getree word met potensiële bondgenote op provinsiale, Nasionale en waar moontlik Internasionale vlakke waar sake gekommunikeer word wat van gemeenskaplike belang is met die doel om samewerking, ondersteuning en netwerkkapasiteit te verkry.

Deurlopende vloei van inligting tussen Agri NW en bondgenote i.t.v. mededingende belang moet hiervan deel vorm.

2. *Die ontwikkeling van 'n doeltreffende magsbasis* deur te konsentreer op die snelle ontwikkeling van 'n omvattende en doeltreffende magsbasis deur lede werwing binne, maar veral buite die tradisionele magsbasis te doen.

Die totstandkoming van verdere vennootskappe moet geïdentifiseer word op alle funksionele terreine van potensiële magsverterkers en die toepaslike vennootskappe moet gesluit word.

Doeltreffende kommunikasie m.b.v. die toepaslike medium met alle belanghebbendes vind hier inslag.

3. *Die ontwikkeling van eie vermoëns*

Om Agri NW se inherente sterkpunte optimaal en aan te wend moet Agri NW se vermoëns ontwikkel word waar die bestaande en bewese landbou kundigheid van Agri NW doelgerig deur kwaliteitsprogramme en die ontwikkeling van 'n databasis van kundiges/ kundigheid op alle terreine versprei word.

Lede kundigheid kan bv. Benut word deur bepaalde kundigheid te groepeer in spesialiteitskomitees.

Vaardighedsontwikkeling en opleiding is essensieel sodat die mens as grootste bate van die organisasie ontwikkel, hetsy as nuwe toetreder tot die landbou, of 'n gevestigde produsent wie se kundigheid en vaardighede oordragvermoë verder verfyn word.

4. *Verseker lede deelname en verbintenis* deur lojaliteite en geloofwaardigheid te vestig m.b.v. dinamiese dienslewering en organisasiekultuur te vestig.
5. *Verseker aktiewe en effektiewe leierskap op 'n deurlopende basis* deur voldoende en gewillige en toegeruste persone te werf, opleiding en ontwikkeling, kapasiteitsbou in affiliasieverband en groter betrokkenheid en deelname van jongboere.
6. *Verseker volhoubare en deursigtige grondhervorming* deur middel van regshulp, finansiering, interne kommunikasie, die verskaf van inligting oor grondhervorming, beïnvloeding, eksterne kommunikasie en interaksie wat dan sal lei tot oorreding tot volhoubaarheid.
7. *Verseker volhoubare boerontwikkeling* deur mentorskapprogramme, 'n inligting/ koördineringsprogram, opleiding, interne en eksterne kommunikasie, beïnvloeding en finansiering.

8. *Verseker volhoubare implementering van Agri SEB* deur proaktief te kyk na wetgewing en die implementering daarvan, opleiding en vaardigheidsontwikkeling, mentorskapprogramme en interne kommunikasie.
9. *Skep voldoende kapasiteit wat fondse, personeel, opleiding, infrastruktuur, ledewerwing, inligtingvloei en mededingende intelligensie* aanbetref.
10. *Verseker tydige en effektiewe kommunikasie* m.b.v. personeelopleiding, finansies, inhoud van intelligensie, terugvoering en evaluasie, ad hoc vraagstukke en nuwe innoverende mediums van kommunikasie intern en ekstern.
11. *Stel geïnterpreteerde inligting intern ek ekstern beskikbaar aan belangegroepes vir onderhandeling op verskillende vlakke.*
12. *Fasiliteer die hantering van geregverdigde konflik tussen belangegroepes in die Landbou.*
13. *Verkryging en toepassing van mededingende intelligensie en toepaslike tegnologie* m.b.v. kundige personeel wat data kan insamel en verwerk, finansiering en die gebruik van tegnologie tot voordeel van die verenigde Landbousektor.
14. *Verseker effektiewe algemene bestuur van Agri NW* m.b.v. kommunikasie beplanning, organisering, implementering, beheer en kundige uitvoer van vraagstukke op alle vlakke.

15. *Deurlopende beïnvloeding en monitering van wetgewende prosesse, beleid, wetgewing en regulasies* m.b.v. toegeruste mannekrag, politici, finansies, kontak met relevante persone, departemente en instansies.
16. *Deurlopende interaksie met alle belangegroeppe* m.b.v. voldoende mannekrag.
17. *Volhoubare finansiering van Agri NW* met behulp van begrotingsbeheer, alternatiewe finansieringsmeganismes, waarde toevoegingspakette, borge en ledewerwing
18. *Deurlopende interaksie vir effektiewe steunwerwing* m.b.v. voldoende toegeruste mannekrag met onderhandelingsvaardighede en finansies.
19. *Om 'n gefokusde organisasie struktuur te skep wat die volvoering van die strategie sal waarborg* deur strategiese operasionele beplanning sodat die huidige struktuur ondersoek kan word in terme van funksionaliteit.
20. *Doeltreffende bemarking van Agri NW* m.b.v. kommunikasie, 'branding', bedryfswaardes, dienste en leierskapprofiele.
21. *'n Korporatiewe identiteit* moet gevestig word waar 'n positiewe beeld van die kommersiële landbou geskets word.
22. *Fasiliteer en koördineer kollektiewe strategiese denke, gesprekke en optrede* met interne en eksterne belangegroeppe in die landbou ten einde regeringsbesluite en optrdede te rig.

Kritiese kwessies m.a.w. Prioriteitskwessies

- *Effektiewe Interne en Eksterne Kommunikasie* waarborg
- *Lede- en steunwerwing* by belangegroep
- *Wat bydrae tot finansiering, ondersteuning en deelname*
- *en die potensiaal vir Kapasiteitsbou deur personeelvoorsiening en aanvullende opleiding skep*
- *en aanleiding gee tot Optimale dienslewering*

STAP 4: Ontwikkel kommunikasie beleid

Met die oog op die kommunikasieplan is die volgende beleid daargestel, maar behoort baie meer omvattend ontwikkel te word.

Die uitreik van Mediaverklarings

Nuuswaardige geleenthede, vergaderings of vordering gemaak moet binne 24 uur van die geleentheid, vergaderings of vordering gemaak die media bereik d.m.v. mediaverklarings.

Geleenthede wat bygewoon moet word vir mediadekking moet ten minste 1 week vooraf aan die media bekend gestel word m.b.v. mediavennote en uitnodigings.

Die hantering van die media

Wanneer enige nuuswaardige gebeurtenisse en vordering gemaak word by verskeie spesialiteitskomitees se sake word mediaverklarings uitgereik deur die Uitvoerende hoofbestuurder.

Aangesien Agri NW, Uitvoerende bestuur wat insluit Agri NW se Uitvoerende Hoofbestuurder, die President en ook die Visie-President as geloofwaardige bron van inligting gesien word deur die media word die organisasie gereeld genader om opinies en insig te lewer op landboukwessies en ook die eksterne omgewing waarbinne hulle funksioneer.

Ten einde mediadekking optimaal te benut moet daar verseker word dat boodskappe ooreenstem, asook mekaar ondersteun.

Wanneer die media op reaksie van mediaverklarings en ander eksterne gebeurtenisse wat 'n invloed op die organisasie en sy lede het, reageer deur Agri NW se Uitvoerende Hoofbestuurder, die President en die Visie-President te nader moet daar eers gekonfereer word wat die bepaalde boodskap is wat Agri NW wil ondersteun waarna daar met die media in gesprek getree word.

STAP 5: Doen korporatiewe kommunikasie media analise

Interne en eksterne skakeling is soos volg reeds implementeer en ook beskikbaar.

Media tans implementeer*Interne skakeling*

- Kongresse
- Algemene raadsvergadering
- Kamers
- Funksionele komitees
- Interne Nuusbrief
- Skou-uitstallings

Eksterne skakeling

- gesprekke
- Dagblaai en Sondagkoerante
- Plattelandse koerante
- Landbou-radioprogramme bv. RSG landbou-oorsig
- Televisie vir Landbou bv. Wenakker en Nuus

Media beskikbaar om te implementeer*Interne skakeling*

- Die Boer/ The Farmer
- Korporatiewe identiteit-hulpmiddels
- Cd's en DVD's vir die oordra van inligting

Eksterne skakeling

- Parlementêre skakelaksies en feiteblaai
- Besoek vir politici aan suksesprojekte
- Proaktiewe mediaverklarings
- Cd's en DVD's vir die oordra van inligting

Die ontwikkeling van 'n **KOMMUNIKASIEPLAN** volg op grond van die strategiese kommunikasieplan

STAP 1: Navorsing

Met die afloop van navorsing in die vorm van 'n telefoonopname met die doel om Agri NW se bestaansreg te bevestig in hierdie tydvak is bevind dat hierdie kwessies sowel 'n probleem as geleentheidstelling is.

Die **Probleem** spruit daaruit dat Agri NW lede nie die deurslaggewende boodskappe ontvang wat lededeelname en verbintenis verseker nie.

'n Bykomende **probleem** is dat suksesvolle ledewerwing, magsvermenigvuldiging impliseer. Dus moet meer lede gewerf word, wat insluit ledewering binne die tradisionele blanke magsbasis, maar ook by swart opkomende boere

Die **Geleentheid** wat hieruit voortspruit is tweeledig van aard waar albei hierdie kwessies tegelykertyd aangespreek kan word met die minimum menslike hulpbronne.

Die Probleem en Geleentheid is hoofsaaklik **Takties** van aard, waar Agri NW lede nie die geskikte boodskappe ontvang nie.

Die **kwessies en ook Agri NW as organisasie** kan op grond van die “SWOT – analise” analiseer word. Die mees deurslaggewende faktore tot die vervulling van kommunikasiedoelwitte en ook die visie van die organisasie word in “bold” “italic” aangedui.

Sterkpunte:

- Agri NW leierskap en bestuur se wil om stelsels te maak werk.
- ***Agri NW se vasberadenheid om hul visie te realiseer.***
- Jongboere wat terugkom na landbou en vaardigheid van gevestigde boere.

Swakpunte:

- Agri NW se onvoldoende kapasiteit.
- ***Onontwikkelde potensiaal van Agri NW***
- Behoefte aan leierskap en bestuursontwikkeling by Agri NW.
- 'n Behoefte aan meer doeltreffende kommunikasie, intern en ekstern met die doel om groter beïnvloeding te bewerkstellig.
- Gebrek aan tegnologie, ontwikkeling en oordrag beperk mededingende vermoedens.
- Mededingende intelligensie tekort t.o.v. die totale landbousektor benadeel die vrymark stelsel.

Geleenthede:

- Gebrekkige dienslewering, negatiewe houdings, onoordeelkundige regstelling, gebrekkige vermoëns en onwilligheid van owerhede bied aan Agri NW 'n geleentheid om homself te bewys.
- Verteenwoordiging van die landbou sektor, die bewerkstelling van eenheid teen negatiewe uitsprake van sekere landbouorganisasies.
- Die bestaan van 'n landbousektor plan.
- Intrinsieke waarde van georganiseerde landbou se vermoëns.

Bedreigings:

- Onsekerheid a.g.v. "onstabiele" regeringsbeleid en aanpassings skep 'n geloofwaardigheidskrisis vir Agri NW, aangesien vertrouensbreuk voorkom waar daar getorring en gewysig word aan wette wat dan ook landbou onvriendelik is o.a. Agri BEE.
- Befondsing tekorte.
- **Gebrekkige dienslewering van owerhede tesame met hul eiesoortige doelwitte.**
- **Onvoldoende kundigheidsvlakke van nuwe toetreders tot landbou waar vaardigheidsontwikkeling en oordrag nie goed genoeg werk nie**
- Groeiende druk vir ingrypende grondhervorming van o.a. die S.A.K.P en "The Landless People Movement".
- Verblyfreg onsekerheid.
- **Gevolge en koste van MIV/ Vigs.**
- Gebrekkige toegang tot internasionale markte-beskerming-glabalisering-handelsbeleid, implementering van tariewe.
- **Internasionale mededinging en eie gebrek aan tegnologies, asook die ontwikkeling en oordrag daarvan.**
- Wisselkoers en gepaardgaande kompetisie.
- Insetkoste en geadministreerde kostes.
- Verbruikerspersepsie van landbou.
- Vaardigheidsontwikkeling en oordrag werk nie goed genoeg nie.

STAP 2: Beplanning

Die onderstaande doelstellings is gesamentlik gegroep, aangesien beide m.b.v. een oplossing bereik kan word wat hulpbronne, tyd en geld sal bespaar.

Kommunikasiedoelstelling 1

Verseker lede deelname en verbintenis

kommunikasiedoelwitte

- Kweek lojaliteit & geloofwaardigheid by huidige lede
- Verseker geloofwaardige, dinamiese dienslewering
- Kweek 'n gewenste organisasie kultuur
- Verseker effektiewe en tydige kommunikasie

Kommunikasiedoelstelling 2

Magsvermenigvuldiging d.m.v. Ledewerwing

kommunikasiedoelwitte

- Ledewering binne die tradisionele blanke magsbasis, maar ook by swart opkomende boere
- Verseker effektiewe en tydige kommunikasie
- Deurlopende interaksie met potensiële lede

STAP 3: Aanpassing

- Teikengehore by hierdie kommunikasiedoelstellings is eendersyds lede en dan andersyds nielede, dus potensiele lede van Agri NW.
- Beperkinge op grond van *mannekrag* word gestel waar daar slegs ses werknemers wat die Uitvoerende hoofbestuurder, 'n persoonlike assistent, 'n bode en drie administratiewe personeellede beskikbaar is met die President en die Visepresident as aanvullende hulpbronne.

Agri NW is 'n Nie- Winsgewend organisasie, is ten volle afhanklik van ledegeld/ affiliasiegeld *geld*. Daar is geen beperking op 'n begroting geplaas nie, alhoewel daar baie definitief gepoog moet word om kostes tot die minimum te beperk en uitsette tot die maksimum te verseker.

Geen beperkinge word op *tyd* geplaas nie. *Tyd* is egter baie kosbaar in hierdie organisasie vanweë die beperkte mannekrag en groot werklading wat oorwegend kommunikasiefunksies soos die daarstel en onderhoud van verhoudings en samesprekings wat baie tydrowend is.

STAP 4: Boodskap

- **Sentrale boodskap vir doelwitte**

“Agri NW in diens van die boer”

- **Boodskap vir elke teikengroep by:**

- **Kommunikasiedoelstelling 1**

Verseker lede deelname en verbintenis

Kommunikasiedoelwitte:

- Kweek lojaliteit & geloofwaardigheid by huidige lede
- Verseker geloofwaardige, dinamiese dienslewering
- Kweek 'n gewenste organisasie kultuur
- Verseker effektiewe en tydige kommunikasie

BOODSKAP VIR DIE TEIKENGROEP LEDE:

Agri NW, u eietydse, dinamiese, geloofwaardige, en betroubare diensorganisasie.

- **Kommunikasiedoelstelling 2**

Magsvermenigvuldiging d.m.v. Ledewerwing

kommunikasiedoelwitte

- Ledewerwing binne die tradisionele blanke magsbasis, maar ook by swart opkomende boere
- Verseker effektiewe en tydige kommunikasie
- Deurlopende interaksie met potensiële lede

BOODSKAP VIR DIE TEIKENGROEP LEDE:

Die ontwikkeling van 'n doeltreffende magsbasis vereis ledewerwing onder nuwe en swart opkomende boere.

NIE-LEDE

- Blanke boere

Agri NW bied jou die voordele van kollektiewe inspraak, skakeling en bedinging vir volhoubare boerdery.

- Swart opkomende boere

Agri NW ondersteun jou om 'n suksesvolle kommersiële produsent te wees.

- **tema/slogan**

“Welvaart deur volhoubaarheid”

STAP5: Implementeringsstrategie & aktiwiteite

- **implementeringsstrategie**

Aan die einde van elke jaar word afsluitingsfunksies deur 30 Distriks boere-unies wat bestaan uit verteenwoordigers van al 60 Boereverenigings (ongeveer 1800 lede) gehou wat as die **sentrale aksie/gebeurtenis** sal dien.

Hierdie geleentheid aan die einde van November, begin Desember bied die Uitvoerende bestuur wat die President, Visie-President en die Uitvoerende Hoofbestuurder en ander werknemers by Agri NW die geleentheid bied om een tot een met die lede interaksie te hê. Hierdie afsluitingsgeleentheid bied egter meer as wat die blote oog openbaar en is in die verlede nie geredelik bygewoon deur hierdie rolspelers nie.

Deur hierdie geleentheid as bestuurspan by te woon bied dit die volgende geleentheid:

- Die oordra van 'n kers- en nuwejaarsboodskap asook bedankings wat dan ook verder aan die boereverenigings oorgedra word *kweek lojaliteit & Agri NW se geloofwaardigheid* by huidige lede
- 'n Kommunikasiekanaal en uitnodiging om die kantoor te besoek tesame met 'n gemaklikheidsgevoel met bestuur vorm die basis vir twee-rigting kommunikasie.
- 'n Eenheidsgevoel as organisasie word bewerkstellig.

- Tesame met die bogenoemde word eretoekennings in die vorm van aan lede vir 5 jaar en 10 jaar oorhandig wat dan ook 'n mate van *lojaliteit en geloofwaardigheid* kweek.
- Die interaksie met landbouers op die grondvlak, waar *geloofwaardige dinamiese dienslewering* geïllustreer kan word deur hoogtepunte in Agri NW se jaar t.o.v. bondgenootskappe, samesprekings en diens aan die boer beklemtoon word.
- *Effektiewe kommunikasie en motivering* vir 'n opvolgende jaar wat deelname vereis word verseker aangesien sekere kanale soos spesialiteitskomitees uitgesluit word en hoofsaaklik een-een is.
- *Ledewerwing* vorm integraal deel van hierdie aksie waar daar gepoog gaan word om van bestaande lede 'werwers' gemaak sal word.

Lede van distriksboere-unies bestaan uit hoofsaaklik deelnemende en aktiewe lede wat waardevolle insette tot die organisasie lewer. Hierdie lede word aangespoor om as 'werwer' lede te werf vir Agri NW deur 'n afslag van 10 % op ledegeld per jaar op elke lid gewerf te verdien.

Bv. Ledegeld beloop R 1200 per jaar, wanneer 1 lid gewerf word is U ledegeld verminder met 10 % (R120) per jaar, dus is U ledegeld nou R 1080, wanneer 'n tweede lid gewerf word, word 'n verdere 10% afgetrek op U bestaande ledefooi wat dan R 108 beloop. Dus sal U $R1200 - R120 - R108 = R972$

Hierdie afslagbeginsel geld vir alle lede gewerf.

Hierdie beginsel word dan op sy beurt weer deur die 30 Distriks boere-unies wat bestaan uit verteenwoordigers van al 60 Boereverenigings aan sy bepaalde boereverenigings oorgedra. Op hierdie wyse word

ongeveer 1800 lede bereik wat indien elkeen net een lid werf 3600 lede in totaal tot gevolg sal hê.

Die wyse waarop ledewerwing gedoen word kweek dan ook 'n *gewenste organisasie kultuur* waar die deelnemende en lojale werwer heel waarskynlik iemand enig in sy soort, met ooreenkomstige beginsels en norme wat dan ook gelyk is aan Agri NW sal werf.

Ook bevoordeel en bemagtig Agri NW sy eie lede deur gebruik te maak van sy eie hulpbronne en geld aan hulle te spandeer as om van ander media gebruik te maak wat ongeveer dieselfde indien nie minder sal kos nie.

Magsvermenigvuldiging d.m.v. Ledewerwing kan hierna geopper word waar daar klem geplaas moet word op die boodskap dat *die ontwikkeling van 'n doeltreffende magsbasis vereis ledewerwing onder nuwe en swart opkomende boere en dat Agri NW jou steeds die voordele van kollektiewe inspraak, skakeling en bedinging vir volhoubare boerdery sal bied ten spyte van die werwing van swart opkomende boere*. Die voordele en gerusstelling sal oorredend en deursigtig na aanleiding van 'n kongresbesluit om swart opkomend boere te werf in belang van 'n versterkende magsbasis aangebied word.

- o Vroue en families woon ook hierdie afsluitingsfunksies by, daarom is dit ideaal dat Agri NW se Uitvoerende bestuur wat die President, Visie-President en die Uitvoerende Hoofbestuurder en ander werknemers by Agri NW se families saam hierdie funksies meemaak ten einde die gaping tussen die bestuur en die grondvlak te verklein en sover moontlik te elimineer.

Ten einde hierdie verhouding in stand te hou, lededeelname en verbintenis te verseker, lojaliteit en geloofwaardigheid te behou, lede te verseker van

dinamiese dienslewering, die gewenste organisasie kultuur en magsvermenigvuldiging d.m.v. ledewerwing moet lede gereeld herinner word van die afslag-aanbod m.b.v. Agri NW se sms diens, asook geluk gewens word met lede gewerf en met hul verjaarsdae.

Die aktiwiteite sluit soos reeds genoem 'n

- kers- en nuwejaarsboodskap wat dan ook verder aan die boereverenigings oorgedra word .
 - eretoekennings in die vorm van dasse sal aan lede vir 5 jaar en 10 jaar oorhandig.
 - Hoogtepunte in Agri NW se jaar.
 - Ledewerwing.
 - Promosionele items sal aan lede uitgedeel word en ook aan verteenwoordigers gegee word om verder te versprei.
- **media vir elke aktiwiteit**
 - eretoekennings in die vorm van dasse sal aan lede vir 5 jaar en 10 jaar oorhandig.
 - Dasse en sertifikate
 - Hoogtepunte in Agri NW se jaar.
 - Een bladsy dokument met hoogtepunte om te onthou by die werwing van nuwe lede en die behoud van deelname en lojaliteite, asook te bevestiging van *“Agri NW, u eietydse, dinamiese, geloofwaardige, en betroubare diensorganisasie”*
 - Ledewerwing.
 - ’n Verduidelikende blaadjie (A5) tesame met 3 (A4) ledewerwingsvorms, asook bestaande brosjures met inligting rondom Agri NW.
 - Promosionele items sal aan lede uitgedeel word en ook aan verteenwoordigers gegee word om verder te versprei.
 - Waterbottels wat water koel hou met Agri NW plakkers, aangesien boere dit daagliks gebruik.

- Lisensieskyfie plakkers
- "Bumper stickers" wat lees "Agri NW in diens van die boer" & "Agri NW in service of the farmer"

Promosionele items sal in 'n maklik drabare bruinpapiersak voorkom.

STAP 6: Skedulering

1- 7 November 2006

- o Stel datums van afsluitingsfunksies vas.
- o Bestel promosionele items, waterbottels, "bumper" plakkers en lisensieplakkers.
- o Bestel dasse vir eretoekennings.
- o Bestel bruinpapiersakke
- o Stel dokumentasie saam, finaliseer en stuur na drukkers.

7- 14 November 2006

- o Verpak promosionele items
- o Berei voor vir voorlegging

14- 15 Desember 2006 (kantore sluit)

- o Woon funksies by en implementeer plan

STAP 7: Begroting

Waterbottels 600@ R9	R 5400.00
Plakkers vir waterbottels 600@ R1	R 600.00
"Bumper" plakkers 600@ R0,50	R 300.00
Lisensieplakkers 1200@ R0,50	R 600.00
Dasse 60 @ R20	R 1200.00
Sertifikate 60@ R5	R 300.00
Verduidelikende blaadjie (A5) 300@ R0,20	R 60.00
Ledewerwingsvorms 1800(600x3 elk) @ R0,20	R 360.00
1- bladsy dokument met hoogtepunte 600@ R0,20	R 120.00
Bruinpapiersakke 600 @ R0,70	R 420.00
Totaal	<u>R 9360.00</u>

STAP 8: Evalueringnavorsing

Formatiewe evaluering kan maandeliks gedoen word ten einde te bepaal of ledegetalle groei met samevattende evaluering (summatiewe evaluering) wat die toekoms van die 10 % -afslagbeginsel na 'n jaar sal bepaal.

Indien hierdie 10 % -afslagbeginsel bewys om geslaagd te wees kan kompetisies geloods word waar daar in samewerking met vennote soos Nissan 'n groot prys soos 'n bakkie vir die lid van die meeste lede werf as prys gegee word, 'n prys vir die boerevereniging wat die meeste lede gewerf het en ook vir die affiliaal (van Agri S.A) wat die meeste lede gewerf het.