

Iedereen zoeken is niemand vinden

Vrijwilligers vinden in drie stappen

1. Naar binnen kijken

Voor je gaat werven, is het van belang eerst naar binnen te kijken.

Wat is ons imago, wie willen we bereiken en wie gaan we inzetten om mensen te bereiken.

Ontdek je imago

Vraag aan mensen buiten je organisatie wie jullie zijn.

Vertel van welke organisatie je bent en laat hen er alles over vertellen.

Verbeter hen daarbij niet. Leer ervan en neem de feedback mee.

Het is belangrijk om je imago goed te kennen.

Buig negatieve feedback om naar een positief wervingsmiddel.

Voorbeeld: hebben jullie een stoffig imago, deel dan stofdoekjes uit bij een evenement met de vraag of mensen willen helpen het stof weg te vegen. Zo heb je een leuke ingang tot een gesprek en kun je jullie organisatie promoten.

Bepaal wie je wilt bereiken

Beschrijf met elkaar de doelgroep die je wilt bereiken.

Bijvoorbeeld: we zoeken mannen en vrouwen van 50 tot 54 jaar voor onze wekelijkse activiteit of jongeren tussen de 18 en 24 jaar voor een evenement.

Maak een analyse van deze doelgroep:

Wie zijn dit. Waar en hoe wonen deze mensen. Wat lezen ze. Hoe is hun thuissituatie. Wat zijn hun hobby's. Waar doen ze hun boodschappen en waar kopen ze hun kleding. Waar halen ze informatie vandaan. Wat doen zij in hun vrije tijd en waar. Met wie gaan zij om. Wat doen zij online.

Welke sociale media gebruiken zij?

Let op: het kan zijn dat je voor verschillende vrijwilligersfuncties verschillende doelgroepen wilt bereiken. Analyseer dan de verschillende doelgroepen.

Deze analyse maak je omdat je dan beter weet welk wervingsmiddel je moet inzetten.

Wie gaat of gaan deze mensen benaderen

Je huidige vrijwilligers zijn prima ambassadeurs. Mits zij de organisatie positief uitdragen.

Vraag aan vrijwilligers, die je geschikt vindt, of zij willen helpen met werven.

Motieven van mensen

Ieder mens heeft eigen motieven om vrijwilligerswerk te doen. Waarom ben je zelf bij de organisatie aan de slag gegaan? Waarom zijn anderen vrijwilligerswerk bij jullie actief geworden?

De motieven van mensen zijn de basis voor je werving.

Kijk eens welke taken jullie hebben die kunnen aansluiten op deze motieven en beschrijf de taak vanuit die motivatie.

Bijvoorbeeld:

Wandel je elke week een route? Neem eens iemand mee. Plezier voor twee.

Andere culturen leren kennen? Help een handje mee bij het Taalcafé.

Motieven van mensen om vrijwilligerswerk te doen zijn o.a.:

- De deur uit zijn
- Opstap naar werk of studie
- Iets (nieuws) leren
- Mensen ontmoeten
- Nieuwe mensen of het dorp/stad leren kennen
- De Nederlandse taal oefenen
- Iets voor een ander doen
- Iets voor de wereld doen
- Zinnige tijdsbesteding

Stap 2 Opvallen en Contact zoeken

Je weet nu welke doelgroep je wilt bereiken en je weet ook wie hiermee aan de slag gaat.

Wat doen we nu om mensen te bereiken

Beschrijf eens met elkaar wat je tot nu toe hebt gedaan aan werving. Wat was de uitkomst?

Welke communicatiemiddelen zetten we in

Beschrijf nu welke communicatiemiddelen je gaat inzetten om de mensen te bereiken die je zoekt.

Een voorbeeld: iemand van 20 jaar leest veelal geen lokale kranten, kijkt televisie [on demand](#), shopt kleding via internet, heeft een bijbaantje, haalt info van YouTube, zit niet op Facebook en gaat naar school, deze generatie wil bijdragen aan een betere wereld, maar wel op een manier die bij deze tijd past, zij vergaderen niet maandelijks maar hebben WhatsApp groepen waarin afspraken worden gemaakt en ook taken worden verdeeld.

Deze groep bereik je o.a. door een jongere te laten vloggen. Laat hem of haar meedraaien in je organisatie en daarover vloggen.

Probeer eens iets anders

Bekijk met je team een aantal filmpjes op internet, gewoon om je te laten inspireren dat creatief werven helpt.

Zoek via Google eens naar [Guerrilla marketing](#). Je zult verrast zijn.

Twee voorbeelden:

<https://www.youtube.com/watch?v=NB3NPNM4xgo>

<https://youtu.be/qMOuF8oskRU>

Stap 3 Binnenhalen en binnenhouden

Je weet nu wie je wilt bereiken, wie de mensen gaat werven en welke middelen je kunt inzetten om deze mensen te bereiken. In deze fase ga je de mensen ook werkelijk binnenhalen.

Ben in deze fase vooral goed bereikbaar.

Mensen over de streep trekken

Bespreek met elkaar: wat doen we om mensen werkelijk te laten starten als vrijwilliger?

Wat hebben we de vrijwilligers te bieden? Is hetgeen we te bieden hebben, ook hetgeen de vrijwilligers willen? Hoe weten we dat?

Een paar tips om mensen over de streep te trekken:

- Stop met gemopper.
Gemopper is: "We vissen in dezelfde vijver" en "Het zijn altijd dezelfde die het moeten doen". Met gemopper trek je niemand over de streep.
- Enthousiasme enthousiasmeert.
- Het motief van de vrijwilliger is altijd leidend, niet jouw taak.
- Vermijd formele taal en vacaturetaal.
- Ga altijd in gesprek met ieder die zich meldt. De ander voldoet misschien niet aan de eisen van die ene taak, maar brengt wellicht andere vaardigheden mee.
- Laat mensen meelopen (vrijwilligersstage).
- Overvraag niet.
- Denk in 'what's in it for me' vanuit de doelgroepen. Dus praat niet alleen vanuit jezelf, maar overtuig de ander door aan te geven wat het de ander oplevert. Gebruik daarbij hun eigen motivatie.
- Factor 'geen tijd' bij ouderen kun je doorbreken door verder te vragen. Wat als je alle tijd van de wereld had, wat zou je bij ons dan willen of kunnen doen?
- Accepteer dat mensen het druk hebben (een doodoener die niet helpt: tijd heb je niet dat maak je).
- Accepteer ook tijdelijkheid.
- Er moet een positieve balans zijn tussen het offer wat iemand brengt en wat het oplevert (iemand geeft zijn tijd en wil iets komen leren).
- Het vrijwilligerswerk mag een feestje zijn.
- Geef mensen een welkom gevoel.
- Waardering is meer dan eens per jaar een feestje (vraag de vrijwilligers wat ze zelf willen).
- Aandacht bij lief en leed (bel eens als iemand ziek is).
- Ben persoonlijk.
- Zorg dat je de vrijwilliger ziet en hoort.
- Betrek vrijwilligers in alle facetten bij de organisatie.
- Mensen doen vrijwilligerswerk om eigen motieven, maar vooral omdat het leuk is. Zorg er dan ook voor dat het leuk is.
- Zorg voor een welkom gevoel
- Aandacht, aandacht, aandacht.

Veel succes.