

# INSPIRATIE COMMUNICATIEMIDDELEN EN WERVINGSACTIVITEITEN

Als je vrijwilligers gaat werven, kun je allerlei communicatiemiddelen inzetten. Wat je in zet is erg afhankelijk van op wie je je richt.

## Mogelijke wervingsactiviteiten

Open dag organiseren. Zo kunnen mensen kennismaken met jouw organisatie. En dan willen ze misschien ook wel wat doen.
Organiseer een activiteit voor de beoogde vrijwilligers. B.v. aanbod voor jonge kinderen, dan komen de ouders mee.
Aanwezig bij een evenement en hier promotie doen voor jouw organisatie/vacatures.
Huur een kraam op de lokale markt en doe promotie.
Deel flyers uit bij de basisschool (waar jouw kinderen misschien wel op zitten).
Deel gratis koffie uit op een punt waar veel mensen komen en ga met ze in gesprek.

## Mogelijke communicatiemiddelen

Communicatiemiddel	Welke doelgroep	Wanneer doen?
Basis: Aan aantrekkelijke vacaturetekst /wervingsboodschap	Dit is van belang voor alle doelgroepen	Altijd doen
Persoonlijke benadering	Het meest effectief voor alle doelgroepen!	
Via de huidige vrijwilligers en medewerkers – in hun eigen netwerk	Alle doelgroepen	Altijd doen
Eigen website van de organisatie	Voor alle doelgroepen	Altijd doen
Goede vindbaarheid van jouw website	Alle doelgroepen	Adgrants gebruiken.
Vacature plaatsen op Den Haag Doet en/of Volunteer The Hague	Alle doelgroepen	Altijd doen
Zelf vrijwilligers benaderen op Den Haag Doet of Volunteer The Hague	Alle doelgroepen	Dit is nu wat lastig, omdat het systeem is verouderd. Maar je kunt het ook vragen aan het vrijwilligerspunt van PEP.
Eigen social media inzetten	Facebook – iets oudere doelgroep. Instagram – de jongere doelgroep. Tik tok – nog jongere doelgroep.	Goed kijken wat je in gaat zetten.

	LinkedIn – je richt je meer op professionals.	
Populaire facebookgroepen in jouw wijk/stadsdeel.	Elke wijk heeft wel populaire facebookgroepen met veel leden. Zorg dat je zelf lid wordt en jij kenbaar kan maken wat jullie zoeken.	
Lokale krantje (is ook de Posthoorn editie)	Wordt best wel goed gelezen, vaak wel iets oudere doelgroep. Een leuk artikel over jouw organisatie mét foto maak meer kans dan saaie oproep. Of licht een leuk project uit.	
Wijkkrant via de bewonersorganisatie	Deze worden vaak ook huis-aan-huis bezorgd.	Altijd proberen
Grotere krant – lokale editie	Kun je proberen, maar dit is best lastig. Zie je kans om in te spelen op iets actueels in combi met jouw organisatie: pak deze kans gelijk.	
Adverteren in krant	Zelf de regie wat er komt.	Zijn kosten aan verbonden.
Flyer huis aan huis	Een leuke flyer huis – aan – huis kan een grote attentiewaarde hebben. Natuurlijk niet in een geseald pak met een berg folders. Maar b.v. op een zondagavond in de bus.	Nadeel: je moet ze maken, drukken en zelf bezorgen.
Betaalde advertenties social media	Je kunt ‘targetten’ op specifieke groepen, b.v. jongeren.	Kost geld, kan veel opleveren.