

Tips voor ledenwerving

Ledenwerven is een voortdurende activiteit. Bedenk 'eenmaal is geen maal'. Blijf herhalen, herhalen, herhalen om een doelgroep voor jouw club te winnen. Is een doelgroep eenmaal binnen, dan is ledenbehoud een effectieve vorm van ledenwerving: tevreden leden zijn de beste reclame voor je club. Geef hen de gelegenheid bekenden mee te nemen (burendag, ouder-kind toernooi, vriendjes en vriendinnetjes training, 50+ tegoedbon).

1. Organiseer minimaal 3 keer per jaar een ledenwerfactiviteit. Kies daarin je periodes. Bedenk dat mensen vaak voor de zomervakantie hun sportabonnement opzeggen en na de zomer aan een nieuwe sport beginnen. Sluit aan bij activiteiten van de gemeente, van scholen, van buurtcentra. Zorg ook voor voldoende kader dat aansluit bij de doelgroep die je werft.
2. Hoe onbekender de groep is met jouw sport hoe kleiner het resultaat. Geef je een clinic voor een groep die daar niet zelf om vroeg, is het te verwachten resultaat 2%. Geef je die clinic op de vereniging en hebben mensen zich ervoor in kunnen schrijven, dan is 5% een mooi resultaat. Nog mooier wordt het als die clinic het vervolg is op een reeks kennismakingsactiviteiten. Dan wordt het resultaat 10%. Dat is dan ook wel gelijk het maximum wat je mag verwachten. Treur niet: van de 90% komt vaak in een later stadium een percentage alsnog bij uw club terecht! Ook sportpromotie is overigens een doel op zich.
3. Kies een doelgroep. Bedenk dat jeugd werven altijd zinnig is, maar dat 85% van de jeugd al een sport heeft. Kansrijke doelgroepen voor elke vereniging zijn: vrouwen, parasporters en ouderen. Kies voor activiteiten die zij leuk vinden.
4. Maak gebruik van bewezen succesvolle concepten. De bond heeft daar goede voorbeelden van. Maar ook uw gemeente. Herkenbaarheid is voor potentiële leden een belangrijk punt om wel of niet te komen. Blijf die formule herhalen, herhaling is (nogmaals) deel van het succes!
5. Zorg voor beleving. Niets zo erg als een stille, half lege zaal. Muziek, versiering, leuke spelvormen, een gratis kopje koffie, een vriendelijk woord bij binnenkomst...
6. Heb van tevoren nagedacht over een vervolgactiviteit. Het was leuk, en nu? Bied de mensen antwoord op die vraag. Laat mensen niet te lang gratis kennismaken. Even gratis is leuk, maar te lang gratis ondermijnt je product. Mensen willen waar voor hun geld!
7. Maak melding van je activiteit op je website en gebruik social media zodat mensen berichten kunnen liken, posten, delen.
8. Betrek je leden bij de wervingsactiviteit. Zij beheersen de sport, zij zijn enthousiast. Ze kunnen ingezet worden voor demonstraties, maar ook in de activiteitencommissie. Oudere jeugd heeft briljante ideeën als je hen de ruimte daartoe geeft.
9. Sla nieuwe wegen in. Als je blijft doen wat je altijd deed, krijg je wat je altijd kreeg. Denk daarbij ook aan samenwerking met andere verenigingen, hetzij van een andere sport, hetzij binnen je sport. Zo deel je kader of accommodatie en los je mogelijke knelpunten op.
10. Evalueer en leer. Scherp je wervingskalender en je activiteiten aan. Stel de begroting bij. Koop nieuwe materialen. Investeren is noodzakelijk. Je krijgt het geld dubbel en dwars terug als je nieuwe leden aan je weet te binden.

Veel succes! Voor meer advies, neem contact op met uw bond. Team Sport- en Productontwikkeling bestaat uit Maartje Snelders verenigingsadviseur en deskundige parasport, Sven Groot specialist jeugdsport en Ingrid Koppelman meisjes en ouderen.