

Ledenwerving: gouden tips van verenigingen

In het kader van het project 'het gouden idee' zijn alle NOB-verenigingen tussen juni en oktober 2010 gevraagd om goede ideeën m.b.t. het werven van nieuwe leden op papier te zetten. Iedere vereniging piekert zich ieder jaar immers suf over geslaagde ideeën en keer op keer hoopt men op een briljante ingeving, terwijl promotieacties elders in het land met veel succes worden afgesloten. Vanuit het oogpunt van het delen van kennis en ervaringen is de NOB daarom het project 'het gouden idee' gestart. Naar aanleiding van de input die van verenigingen is ontvangen, worden hieronder verschillende tips m.b.t. ledenwerving op een rijtje gezet.

'Opvallende' activiteiten op de markt/braderie

Organiseer een activiteit waardoor inwoners van je dorp/stad kennis kunnen maken met je vereniging. Dat kan bijvoorbeeld door een kraampje op de plaatselijke markt of braderie te reserveren: op die manier kun je je naamsbekendheid eenvoudig vergroten en mensen persoonlijk uitnodigen om eens kennis te maken met de duiksport. Bedenk echter wel dat het om op te vallen belangrijk is om iets origineels bij of rond je kraampje te organiseren. Laat enkele leden bijvoorbeeld in duikuitrusting (en gewapend met promotiefolders) over de braderie of door een winkelcentrum lopen. Een ander mooi voorbeeld is het organiseren van een 'striptease': laat enkele dames in volledige duikuitrusting één voor één een deel van hun uitrusting uittrekken, en vertel per onderdeel waar het precies voor dient. De dames eindigen de show in hun badpak. Een kraampje op een markt of braderie kan ook opvallen door er een duiktank naast te zetten. Maak vanuit de tank foto's van het winkelende publiek en vertel dat de foto's op de site van je vereniging zullen worden geplaatst.



Organiseer in hetzelfde weekend een open dag waar mensen de mogelijkheid krijgen om een introductieduk te maken. De mensen die je op zaterdag bij je kraampje op bezoek hebt gehad, kun je dan op zondag voor een introductie in het zwembad uitnodigen!

Open dag met introduiken

Of je het nou wel of niet met een braderie combineert, het organiseren van een open dag met introductieduiken is een leuke manier om potentiële leden met je vereniging te laten kennismaken. Ontvang de bezoekers in het zwembad of clubhuis en geef ze informatie over de vereniging. Laat ze middels mooi foto- en videomateriaal (wat indienst gewenst door de NOB aangeleverd kan worden) echter ook zien wat er onder water te zien is; een paar beelden zeggen meer dan een heleboel woorden! Laat men vervolgens onder begeleiding van instructeurs een duik maken in het zwembad. Verken de mogelijkheid om een aparte open dag voor jeugd te organiseren, in plaats van hen tussen de volwassenen in het zwembad te zetten; op die manier zien zij (en hun ouders!) dat duiken ook voor kinderen leuk en geschikt is.



Noteer de contactgegevens van alle bezoekers, zodat je hen na afloop kunt vragen of ze eventueel interesse hebben in het volgen van een duikopleiding. Door ieder jaar contactgegevens te verzamelen kun je bovendien alle bezoekers van de afgelopen jaren uitnodigen om opnieuw een introductieduk te maken - wie weet zitten daar nog potentiële leden tussen.

Gemeentegids

Zorg ervoor dat je vereniging wordt opgenomen in het lijstje sportverenigingen van de plaatselijke gemeentegids. Denk overigens niet alleen aan de papieren versie van deze gids, maar ook aan de digitale editie op de gemeentesite of op de website van een lokaal, regionaal of provinciaal sportservicekantoor. Daarnaast kun je bij de gemeente en/of het sportservicekantoor ook promotiefolders van je vereniging neerleggen.

Verenigingswebsite inrichten voor potentiële leden

Richt je website op zo'n manier in dat geïnteresseerden snel kunnen vinden hoe en waar ze een introductieduik kunnen maken, hoe ze lid kunnen worden, wat een lidmaatschap kost, etcetera. Door je website overzichtelijk en klantvriendelijk in te richten, vinden mensen snel wat ze willen weten en zijn ze eerder geneigd om eens contact op te nemen.



Laat op je website duidelijk zien hoe de duikagenda van je vereniging eruit ziet! Een gevulde agenda met gevarieerde en aantrekkelijke activiteiten zal voor een potentieel lid interessanter zijn dan een website waaruit niet blijkt wat er voor leden georganiseerd wordt. Meer tips op dit gebied staan in het document 'het functioneel inrichten van een verenigingswebsite'.

Onderwatersport magazine in wachtruimten neerleggen

Het Onderwatersport magazine is voor NOB-leden een prachtig middel om op de hoogte te blijven van de ontwikkelingen binnen de (Nederlandse) duikwereld. Ook voor (nog-) niet-duikers kan het blad echter interessant zijn: de fascinerende foto's en verhalen kunnen deze doelgroep immers enthousiasmeren om eens kennis te maken met de duiksport. Een rustig leesmoment (zoals in wachtruimten van de huisarts, het ziekenhuis, de bibliotheek of de afhaal-Chinees) en een directe link naar de plaatselijke duikvereniging (in de vorm van een flyer met contactgegevens) zou deze mensen zomaar eens kunnen doen besluiten om zich voor een introductie aan te melden.



Omdat het vervelend is om je eigen leden stapels Onderwatersport magazines te moeten ontfutselen, biedt de NOB verenigingen kosteloos (oude) magazines aan. Heb je interesse om je vereniging te promoten door de Onderwatersport op diverse locaties in je dorp/stad neer te leggen? Stuur dan een e-mail naar Anne Schulze via anne.schulze@onderwatersport.org.

Vereniging aantrekkelijk maken voor anders-opgeleiden

Veel duikers hebben het idee dat zij zich alleen met een NOB-brevet bij een NOB-vereniging kunnen aansluiten. Ontkracht dit idee door zowel op je verenigingswebsite als in promotiefolders te benadrukken dat anders-opgeleiden óók lid kunnen worden. Zet op een rijtje welke voordelen je hen biedt: denk bijvoorbeeld aan veel verschillende duikbuddies, leuke evenementen, de mogelijkheid tot het volgen van specialisaties, gezelligheid, etcetera.



Probeer anders-opgeleiden te verleiden met een aantrekkelijk aanbod. Denk bijvoorbeeld aan het instellen van een zomerlidmaatschap waarmee mensen kunnen aanhaken bij verenigingsduiken en -activiteiten. Sluit uit dat bestaande leden hier gebruik van maken door een zomerlidmaatschap eenmalig te verschaffen. Na dit lidmaatschap kunnen mensen 'gewoon' lid worden.

Gratis lidmaatschap voor jeugd

Overweeg eens om jeugd een gratis lidmaatschap aan te bieden; op die manier komen kinderen makkelijk de vereniging binnen én bestaat de mogelijkheid dat ze hun ouders meenemen naar het zwembad. Als je hén vervolgens ook voor de duiksport weet te interesseren, bestaat de kans dat je de hele familie aan het ledenbestand kunt toevoegen!

Samenwerking met bedrijven

Een samenwerking met één of meerdere bedrijven aangaan is een slimme manier om enerzijds een leuke activiteit voor je eigen leden te kunnen organiseren, en anderzijds bedrijfsmedewerkers (en dus potentiële leden!) met je vereniging te laten kennismaken. Inventariseer binnen je vereniging bijvoorbeeld eens bij welke bedrijven je leden contacten hebben, en of er eventueel mogelijkheden zijn om met gesloten beurs een samenwerking aan te gaan.



Contacten met bedrijven zijn uiteraard ook handig met het oog op het aantrekken van verenigingssponsors. Meer informatie hierover is te vinden in het document 'Sportsponsoring in crisistijd'.

'Tell a friend'

Ook een leuk idee: al je leden vier kaartjes geven die ze aan vrienden en familie kunnen uitdelen. Met dit kaartje kan een introductie een gratis introductieduik komen maken. Voordelen van dit systeem: je maakt optimaal gebruik van het netwerk van ál je leden en de drempel om lid te worden wordt verlaagd doordat mensen via een vriend of familielid binnenkomen.



Door tijdens de introavond foto's te maken en die (vergezeld met aantrekkelijke verenigingsinformatie) per e-mail naar de deelnemers te sturen, creëer je een extra contactmoment.

Kwaliteit boven kwantiteit?

Ledenwerving en het promoten van de duiksport is iets dat voor veel verenigingen een belangrijk doel is. Dit doel is echter op zeer diverse manieren in te vullen. Het is in dit kader belangrijk om de vereniging in een dusdanige omvang te brengen dat je je leden kunt bieden wat ze beloofd wordt, dat leden actief betrokken blijven én dat er continuïteit binnen de club is. Niets is immers vervelender dan leden die na het behalen van hun brevet weer vertrekken! Ga daarom eens na in welke omvang je vereniging op z'n best is. Denk aan zaken als het zwembad, de frequentie waarmee opleidingen aangeboden worden, het aantal instructeurs, het aantal activiteiten per jaar, de groepsgrootte bij activiteiten, de hoogte van de contributie, de sociale cohesie, de grootte van het clubhuis, etcetera. Groei is voor veel verenigingen (en ook voor de NOB) een streven, maar zonder het waarborgen van kwaliteit is groei wellicht een stuk minder waardevol!



Wil je meer weten over dit onderwerp? Neem dan contact op met Anne Schulze:
E anne.schulze@onderwatersport.org
T 0318 55 93 47