

Concept wervingsplan nieuwe vrijwilligers

Aanleiding

Beschrijf waarom en waarvoor jullie vrijwilligers willen werven

- *Wat is jullie reden?*
- *Gaat het over diversiteit?*
- *Of verjonging?*
- *Is er een tekort aan vrijwilligers?*
- *Staan bepaalde taken of functies (nog) open?*

Doel

Beschrijf wat jullie willen bereiken met de werving.

- *Voor welke taken, functies of activiteiten zoeken jullie vrijwilligers?*
- *Hoeveel vrijwilligers zoek je?*
- *Binnen welke termijn wil je deze vrijwilligers vinden?*

- Wees duidelijk, realistisch en concreet.
- Bedenk of je taken kan opsplitsen.
- Biedt interessante (en dus geen saaie) klussen aan.
- Stel een functieprofiel op.
- Weet wat je te bieden hebt als organisatie.

Doelgroep

Wie wil je bereiken en wie is jullie ideale vrijwilliger?

- *Welk type vrijwilliger zoek je?*
 - *Flex, traditioneel, jong, met migratie achtergrond etc.*
- *Over welke kwaliteiten, kennis en vaardigheden met de vrijwilliger beschikken?*
- *Welk interesses heeft deze vrijwilliger?*
- *Welke persoonskenmerken of houding vinden jullie belangrijk?*
- *Is levens- of werkervaring belangrijk? Of opleidingsniveau?*
- *Waar vinden jullie deze vrijwilligers?*
- *Wat spreekt deze vrijwilligers aan?*
- *Kennen jullie sleutelfiguren die contact hebben met deze vrijwilligers?*

- Sta open voor nieuwe of andere types vrijwilligers.
- Laat mensen uit de eigen vrijwilligersgroep meedenken.

Wervingsboodschap

Beschrijf de boodschap die jullie willen overbrengen, met enthousiasme.

- Wat willen jullie de doelgroep concreet vragen of vertellen?
 - Welke tekst gebruik je?
 - Wat is belangrijk om te weten over deze vrijwilligers en waar leg je de nadruk op?
 - Over welke taken gaat het?
 - Hoeveel tijd vraag je van deze vrijwilligers?
 - Is het tijdelijk of structureel?
 - Wat hebben jullie hen te bieden?
 - Wat levert het de vrijwilliger op?
 - Waarom moet deze vrijwilliger juist voor jullie organisatie kiezen?
 - Op welke manier kan iemand zich aanmelden en wie is de contactpersoon?
- Denk goed na over de formulering.
 - Formuleer een positieve boodschap in persoonlijke woorden.
 - Kijk door de ogen van de doelgroep, denk aan woordkeus, normen en waarden.

Activiteiten, kanalen en middelen

Beschrijf hoe je de vrijwilligers gaat benaderen.

- Waar zijn deze mensen te vinden en hoe ga je ze bereiken?
 - Van welke bestaande activiteiten maken jullie gebruik?
 - Welke activiteiten organiseren jullie zelf?
 - Welke kanalen gebruiken jullie?
 - Welke middelen zetten jullie in?
 - En welke middelen zet je in via welke kanalen?
 - Een filmpje voor social media of een tekst?
- Inventariseer de kanalen in je wervingsgebied en kies dan voor de kanalen die aansluiten bij de mensen die aan het profiel voldoen.
 - Bedenk wat deze doelgroep ziet, leest en hoort.
 - Het belangrijkste kanaal is en blijft je eigen netwerk en die van de mensen binnen je organisatie.
 - Gebruik mond-tot-mond reclame.
 - Betrek vertegenwoordigers vanuit je organisatie in de werving.
 - Zorg dat middelen en visueel aantrekkelijk uitzien. Maak bijvoorbeeld iets via www.canva.com

Planning & begroting

Maak een globale planning van je wervingsactiviteiten en een inschatting van de kosten

- Wanneer ga je acties ondernemen? Op vaste momenten? Het hele jaar door?
 - Moet je in je planning nog fases onderscheiden?
 - Hoeveel tijd wil / kan je er aan besteden?
 - Wat is je budget?
 - Welke kosten worden er gemaakt? En hoe worden deze gedekt?
 - Is er mogelijk sponsoring nodig?
- Besteed het hele jaar door aandacht aan het werven van vrijwilligers. Als je begint wanneer het echt nodig is, ben je te laat!

<i>Begroting</i>		
<i>Activiteit</i>	<i>Omschrijving</i>	<i>Kosten</i>
<i>Totaal</i>		€

Activiteitenplan

Maak een plan waarmee je de acties, taken en het budget mee kan monitoren.

- Welke acties moeten wij ondernemen?
- Wanneer is de deadline voor verschillende acties?
- Wie is verantwoordelijk voor welke acties?
- Hoeveel tijd besteden we aan de acties?
- Hoeveel geld besteden we aan de acties?

Activiteitenplan							
<i>Activiteiten</i>	<i>Deadline</i>	<i>Status</i>	<i>Wie</i>	<i>Tijd gepland</i>	<i>Tijd besteed</i>	<i>Budget begroot</i>	<i>Budget besteed</i>

- Bespreek de status van de vooruitgang regelmatig met alle betrokkenen.

Evaluatie

Beschrijf hoe en wanneer de wervingsacties geëvalueerd worden.

- *Doe je een effectevaluatie? Is je doel bereikt?*
 - *Doe je een procesevaluatie? Hoe is het proces verlopen?*
 - *Welke evaluatiemomenten kies je?*
-
- Denk ook aan tussentijds evalueren, zodat je de doelen, eventueel, kan bijstellen.
 - En vraag aan de nieuwe vrijwilligers, via welke kanalen, ze bij jullie zijn gekomen. Zo krijg je inzicht in wat voor jullie en de doelgroep werkt.