



Promotietoolkit Dam tot Dam Goede Doelen Club

In dit document vind je voorbeelden en tips om te gebruiken bij het werven van deelnemers voor jouw goede doelen team. Het is uit te reiken aan medewerkers binnen jouw organisatie om hen op deze manier op weg te helpen bij het werven van zoveel mogelijk deelnemers voor jouw team.

Er zijn verschillende manieren om deelnemers voor jouw goede doelen team te werven. Denk aan promotie maken via social media of juist binnen het eigen netwerk. Hieronder worden voorbeelden gegeven, onderverdeeld in twee categorieën: online en offline.

Vorbereiding

Het is belangrijk om nog het een en ander in de voorbereiding te doen voordat je start met promotie maken:

- Zorg ervoor dat je duidelijk voor ogen hebt op welk publiek je de promotie richt. Je kunt je doelgroep/persona bepalen door middel van onderstaande:
- **Online kanalen:** waar zit de persoon waar jij je promotie op wilt richten? Op Facebook, Instagram, Twitter of juist meer aan de zakelijke kant op LinkedIn? Welke kranten leest hij/zij of welke websites zal hij/zij bezoeken? Dit soort informatie geef een goed beeld over het type posts en promotie waar jouw publiek gevoelig voor is.
- **Jouw goede doel:** waar focust jouw goede doel zich op? En waar vind je de personen die ook betrokkenheid voelen met het doel waar jouw goede doel zich op richt?
- **Gedrag:** hoe betrokken is jouw publiek al bij jouw goede doel? Spring je dagelijks, wekelijks of jaarlijks in het oog? Door het (online) gedrag van jouw publiek te definiëren kun je bepalen hoe je jouw boodschap gaat insteken.

Tip: ga in gesprek met personen die al eens hebben meegedaan in jouw goede doelen team. Hoe zijn zij destijds over jullie te weten gekomen? En hoe en via welke kanalen zouden zij benaderd willen worden? Wellicht hebben zij nog tips en tops voor dit proces, maak hier gebruik van!

Wanneer je een duidelijker beeld hebt wie je wilt bereiken voor deelname in jouw goede doelen team, des te makkelijker het wordt om hier passende content voor te maken!



Online

Social media

Uiteraard is het gebruik van social media een goede manier om gemakkelijk een grote groep te bereiken. Een ander groot voordeel is dat promotie via socials (als je niet adverteert) gratis is.

Facebook

Facebook is een goed medium om promotie te maken, want veel mensen maken er gebruik van. Waarschijnlijk vinden ook al veel mensen jouw pagina leuk. Zo kun je makkelijk het juiste publiek bereiken. Wellicht zijn er ook een paar Facebookgroepen die met je doel te maken hebben. Doe mee in het gesprek op deze pagina's en kijk of je mensen vindt die interesse hebben om mee te doen in jouw goede doelen team.

Instagram

Instagram is vooral geschikt voor visuele promotie. Heb je mooie foto's van jouw goede doel tijdens een evenement? Plaats deze dan op Instagram om mensen te enthousiasmeren. Je kunt ook een kijkje nemen op de Instagram pagina's van andere liefdadigheidsinstellingen, zie je iets leuks of inspirerend dat je kunt gebruiken? Dit idee kun je natuurlijk altijd lenen 😊

LinkedIn

LinkedIn is een zakelijker social platform dan bijvoorbeeld Facebook of Instagram. Maar ook van LinkedIn kun je prima gebruik maken om juist je zakelijke netwerk aan te schrijven om mee te doen in jouw goede doelen team. Let er dan wel op dat je de content ook richt op het feit dat het een zakelijk platform is.

WhatsApp groep

Hebben jullie op kantoor al een groepsapp? Gebruik deze om promotie in te maken of leuke weetjes over het goede doelen team te delen. Is er nog geen app? Je kunt ook een speciale app aanmaken voor interne promotie. Benoem bijvoorbeeld de voordelen van een deelname in een goede doelen team of hoe diegene in actie kan komen.

Nieuwsbrieven

Versturen jullie vanuit het goede doel nieuwsbrieven? Neem in deze nieuwsbrief een item mee over deelname in een goede doelen team of wijdt een hele nieuwsbrief hieraan. Geef hierin aan wat de voordelen zijn van deelname in een goede doelen team en maak duidelijk hoe iemand actie kan ondernemen door in jouw goede doelen team mee te lopen.

Content

Bovenstaande mediums kun je dus goed inzetten om promotie te maken voor jouw goede doelen team. Maar wat voor content werkt er, zodat mensen ook echt doorklikken of enthousiast raken van je bericht? Ook is het zeer belangrijk om concreet te vermelden wat je als goed doel met de donaties gaat doen en hoe geïnteresseerden actie kunnen ondernemen.

Video

Tegenwoordig wordt er meer video gekeken dan dat er teksten gelezen worden op social media. De verwachting is dat video voor 82 procent van het internetverkeer zal zorgen. Het is daarom ook slim om gebruik te maken van video in je promotie. Heb je mooie beelden van een deelname van jouw goede doelen team? Gebruik deze! Heb je die niet tot je beschikking? Je kunt ook korte filmpjes/interviews maken met personen die al eens hebben deelgenomen in een goede doelen team en hen laten vertellen over hun ervaringen en waarom het zo leuk is om mee te doen in een goede doelen team.



Voordelen benoemen

Benoem de voordelen van deelname in een goede doelen team: je hebt bijvoorbeeld de zekerheid van een startnummer, je kunt vooraan starten én je tegelijkertijd inzetten voor een mooi goed doel.

Vertel een verhaal

Verhalen vertellen werkt. Met het vertellen van een mooi verhaal kun je mensen op emotioneel niveau aanspreken. Is er een mooi verhaal van iemand die in de voorgaande jaren heeft deelgenomen in een goede doelen team met een bepaalde reden? Vertel dit verhaal of laat diegene het verhaal vertellen in de promotie. Je maakt ze op die manier een beetje onderdeel van het verhaal. Zo voelt het net alsof ze dat zelf hebben ervaren, gezien of beleefd en zullen ze die niet snel vergeten, het verder vertellen of er zelf actie op willen ondernemen door deelname in een goede doelen team of het opstarten van een actie.

Inzetten ambassadeurs

Heeft jouw goede doel ambassadeurs? Zet deze in! Deze ambassadeurs hebben vaak een groot netwerk/bereik op social media en kunnen dit netwerk inzetten om promotie te maken voor jouw goede doelen team.

Actie ondernemen

Maak duidelijk hoe iemand actie kan ondernemen. Op welke pagina kan hij/zij zich inschrijven of meer informatie vinden over deelname in het goede doelen team? Maar geef ook aan wat een deelname aan het goede doelen team betekent voor het uiteindelijke doel van jouw goede doel.

Offline

Persberichten/lokale media

Hebben jullie al een samenwerking met een bepaalde krant of lokale media? Gebruik hen om te adverteren in krantjes of magazines. Ook kun je een persbericht maken over jouw de deelname van jouw goede doelen team aan de Dam tot Damloop, wellicht pikken media dit op en publiceren ze dit. Zo bereik je ook personen die niet online te vinden zijn, maar misschien wel interesse hebben om mee te lopen in jouw goede doelen team.

Medewerkers eigen omgeving benaderen

Mond-tot-mond reclame is nog steeds een hele goede manier om promotie te maken. Vraag aan je medewerkers of zij hun eigen omgeving willen benaderen voor deelname in het goede doelen team.

Trainingen/Clinics

Organiseer gezamenlijke trainingen of clinics met je eigen medewerkers of zakelijke contacten die meelopen en laat hen familie, vrienden, neven, nichten, opa's en oma's, kennissen etc. meenemen die het misschien leuk vinden om mee te lopen. Enthousiasmeer hen op die manier om mee te doen in jouw goede doelen team.

Inzetten ambassadeurs

Niet alleen online, ook offline kun je jouw ambassadeurs inzetten. Denk hierbij aan het ontvangst tijdens het evenement, hen laten meelopen tijdens het evenement of het lossen van een startschot.

Fondsenwerving stimuleren

Het is ook goed om de fondsenwerving onder de geïnteresseerden/deelnemers te stimuleren. Hoe je dit het beste kunt aanpakken is terug te vinden in de fondsenwerving kit.