

*danslink*



Ledenwerving &  
Ledenbehoud

- 
- Verenigingsondersteuning
  - Danslink
  - 29 januari 2022

# *danslink*



Ledenwerving  
=  
Ledenbehoud

Maak eerst een analyse

- Ledenonderzoek
- Imago versus identiteit
- Extern onderzoek
- Acties en middelen

Bepaal je doelgroep

Pr en  
communicatiemiddelen

Speciale acties

Na Afloop

Maak van je leden  
tevreden leden



# Ledenonderzoek

Hoe is het ledenbestand op dit moment samengesteld (ledenaantal, geslacht, leeftijd, afkomst, woonachtig)?

Hoe heeft zich dit ontwikkeld de afgelopen jaren en hoe is de verhouding in- en uitstroom per seizoen / jaar?

Ken je de redenen waarom leden zich afmelden en wordt er bijgehouden waarom leden stoppen?

Welke redenen worden er genoemd voor afmelden als lid? Denk aan: repetitietijd, dansleiding, niveau, leeftijd, organisatie, contributie, verhuizing, studie enz..



# Imago versus identiteit

Hoe zien de leden de vereniging en waarom zijn ze juist lid geworden van jouw vereniging? Bied je voor de huidige en beoogde leden interessante activiteiten aan?

Hoe hebben leden kennis gemaakt met de vereniging en wat was voor hen belangrijk bij het zoeken naar een passende hobby en vereniging?

Hoe zien anderen jouw vereniging en klopt dit beeld?

Wat is belangrijk binnen jullie vereniging, wat wil je uitstralen en wat voor soort vereniging wil je zijn (lokaal, regionaal, landelijk) en wat is jullie missie en Unique Selling Point (onderscheidend vermogen t.o.v. andere verenigingen)?



# Extern onderzoek

Wie zijn de belangrijkste concurrenten van je vereniging (ook buiten de dans) en wat zijn hun sterke en zwakke punten t.o.v. je eigen vereniging?

Is er contact met maatschappelijke, ouderen-, jongeren-, migrantenorganisaties, en is het een mogelijkheid om hier mee samen te werken?

Wat is de positie van je vereniging binnen je dorp/wijk/stad? Kent men de vereniging? Wordt de vereniging gevraagd om aanwezig te zijn bij activiteiten in je dorp/wijk/stad?

*Denk daarbij aan Braderie, Koningsdag, kerstconcert of bals en instuiven, dansdagen, festivals enz..*



# Plan acties en middelen

Bepaal op wie je de acties gaat richten (doelgroep) en vooral hoe je dat gaat doen

Bepaal wat je kunt inzetten (mankracht en budget en kennis)

Stel binnen de vereniging een commissie aan en coördinator.

Geef aan wanneer je iets gaat doen (einde/begin seizoen, na/ vooraf aan een activiteit zoals optreden, braderie, één moment/ vaker in het jaar)

Geef aan wat je gaat doen: ofwel welke communicatiemiddelen zet je in en wie wat doet?



# Doelgroepen

---

- Jonge en oudere jeugd, Jongvolwassenen
- 50/60-plussers en senioren
- Mensen met een beperking
- Herintreders
- Laatbloeiers
- Projectleden

Motieven van mensen om wel/niet te gaan sporten en/of bewegen is afhankelijk van de levensfase (tijd, geld, gezondheid, plezier, prestatiegerichtheid)



## Pr en communicatie middelen

- Zet meerdere middelen tegelijk in: website, social media, flyers, posters, brochures, persbericht, advertentie en/of artikel en/of spotje/nieuwsitem in lokale/regionale media, gemeentegids, wijkkrantjes, schoolkranten. etc..
- Zorg voor een duidelijk herkenbare huisstijl en herhaling van de boodschap in al de gebruikte media
- De inhoud van de boodschap moeten passen bij de doelgroep (tot wie richt je je de kinderen of de ouders, herintreders of ervaren dansers, mensen die meer willen bewegen of anderen willen ontmoeten enz..)
- Toon aantrekkelijk beeldmateriaal foto's en filmpjes





# Speciale Acties

- Gratis proeflessen en strippenkaarten
- Starters-, specialisatie- en seizoenscursussen
- Kortdurende cursussen met dansen uit één gebied
- Cursus voor ouderen en/of ouders overdag
- Dansuurtjes in introductieweken scholen VO/MBO/HBO
- Organiseer een introductie avond/middag en stimuleer leden een introducee mee te nemen
- Bedenk een speciaal: een tijdelijk project om nieuwe leden in mee te nemen en ervaring op te laten doen
- Zoek samenwerking met een andere vereniging / discipline / sector (met de gewenste doelgroep)



# Na afloop

---

- Zorg dat nieuwe leden supersnel informatie krijgen en een bevestiging van hun lidmaatschap. Zorg voor een leuk welkomstpakket.
- Als er meerdere nieuwe leden zijn binnengekomen is een speciale kennismakingsavond wellicht een goed idee. Persoonlijk contact is en blijft het sleutelwoord.
- Maar nieuwe leden wegwijs. Laat ze ook aangeven of ze actief of passief willen zijn en betrek hen bij activiteiten
- Houd een lijst bij van geïnteresseerden, wellicht kan je hen later nog een keer benaderen



## Maak van je leden tevreden leden! (= ledenbehoud)

- Luister naar de signalen en ga in gesprek met 'spijbelaars'. Neem je leden serieus en koppel terug wat je met de signalen hebt gedaan.
- Te druk is geen excuus. Mensen gaan vaak weg omdat ze het niet leuk genoeg meer vinden
- Zorg dat de activiteiten die je vereniging aanbiedt op niveau blijven (energiek). Check dit regelmatig met de leden en de dansleider
- Zorg voor mijlpalen waarnaar je als vereniging samen kunt uitkijken en informeer/betrek je leden regelmatig bij alle activiteiten



# Interessante Tools (links)

[Tools voor verenigingen – LKCA](#)

[Advies algemeen](#)

[Financiën/crowdfunding/subsidie](#)

[Bereiken van jongeren](#)

[Werken met of werven van vrijwilligers](#)

[Belangenbehartiging](#)

[Beleidsplan en/of projectplan schrijven](#)

[\(Online\) activiteiten opzetten](#)

**Advies op maat van de Sesamacademie**

- [Home \(sesamacademie.nl\)](#)

**Rabo ondersteuning in de eigen regio van clubsupport, thematische ondersteuning tot advies op maat**

[Rabobank verenigingsondersteuning - LKCA](#)