

5 stappen waarmee je direct meer vrijwilligers aan zult trekken



“Vrijwilligerswerk?”

“Ja, en kijk niet zo vies. Roos en Esmee deden het ook.”

“Maar wat dan?” Jeroen kon zich er niets bij voorstellen.

“Een vluchteling. Ik had een vluchteling te eten, super interessant joh.” Lisa keek Jeroen blij aan, alsof ze op zijn minst een schouderklopje verwachtte.

“En jij dan, Jeroen? Doe jij geen vrijwilligerswerk?”

“Nou ja, ik heb wel een website gebouwd voor het timmerdorp. Mijn zoontje deed voor het eerst mee. Kon ik meteen een beetje reclame maken voor mijn bedrijf.”

Maak kennis met Jeroen, Lisa en Els

Jeroen is webdesigner met een eigen bedrijf. Hij is getrouwd en heeft een zoontje Jesse. Elke zondag gaat hij mountainbiken met vrienden. **Jeroen is druk en heeft geen zin in vrijwilligerswerk.** Hij wil best iets doen, maar korte klussen waar hij zelf ook wat aan heeft.



Lisa is een happy single en is secretaresse bij een modeketen. Lisa is kookt graag voor haar vriendinnen en spaart voor een vakantie naar Mexico. **Lisa geniet van het leven en wil graag impact maken maar weet niet hoe.** Ze twijfelt en wacht tot er iets op haar pad komt.

Els doet al 30 jaar vrijwilligerswerk. Ze heeft zelfs meerdere vrijwilligersklussen. Els is getrouwd en heeft vier kleinkinderen. **Els wil gewaardeerd en ondersteund worden.** Organisaties zijn dol op Els, ze is betrouwbaar en zet je niet voor verrassingen. Els houdt zelf ook niet van veranderingen.



Jeroen, Lisa en Els zijn fictieve personen. Door potentiële vrijwilligers een 'gezicht' te geven, begrijp je makkelijker wat hen drijft.

Het probleem is dat Els langzaam uit het straatbeeld verdwijnt en mensen als Jeroen en Lisa juist in opkomst zijn.

De 'nieuwe vrijwilliger' is een heel ander type dan de vrijwilligers die we gewend zijn. Mensen als Jeroen en Lisa zijn vooral bezig met hun eigen wereldje. Ze hebben ambities en **willen het beste voor zichzelf en hun naaste omgeving.**

De potentiële vrijwilligers van nu houden van vrijheid, willen **eigen keuzes maken** en niet gedwongen worden. Ze doen geen dingen 'omdat het zo hoort'. Ze willen aangesproken worden op hun talenten, willen iets beleven en zijn gevoelig voor trends.

Ook moet het **goed geregeld** zijn, zodat ze direct in kunnen stappen. Geen wekelijkse vergaderingen over iets, hup, meteen regelen en actie. Verder moet er een waarde aan zitten voor Jeroen en Lisa.

De jongere generatie vrijwilligers is snel in communiceren en verwacht een **korte, persoonlijke boodschap**. Ze communiceren via moderne kanalen zoals internet, social media en WhatsApp. Het nieuws volgen ze op hun telefoon of tablet.

Weet jij al hoe jij ervoor gaat zorgen dat mensen als Jeroen en Lisa bij jouw organisatie aan de slag willen?

Moeilijk? Misschien. Maar zeker niet onmogelijk!

Leer hoe je wél vrijwilligers kunt werven

Vrijwilligers komen niet meer vanzelf aanwaaien.

En dat zal in de toekomst niet beter worden. Zoals je gelezen hebt, stellen jonge mensen andere eisen aan vrijwilligerswerk.

En ook stellen ze hoge eisen aan de organisatie waarbij ze dat vrijwilligerswerk willen doen.

Daarom is nu het moment om in actie te komen. En er is helaas geen magische oplossing of toverformule. Je zult zelf aan de slag moeten.

Met de 5 stappen uit dit e-book als uitgangspunt zal je snel resultaat boeken en meer vrijwilligers werven.

Dus, kom op en ga aan de slag!

In dit e-book 5 stappen:

Stap 1 – Bepaal wie de ideale vrijwilliger is

Stap 2 – Schrijf opvallende vacatures

Stap 3 – Wees een aantrekkelijke organisatie

Stap 4 – Zet Social Media Slim in

Stap 5 – Gebruik hulpmiddelen en laat je inspireren

1. Bepaal wie de Ideale Vrijwilliger is

Voor elke vrijwilligersvraag bestaat een ideale vrijwilliger.

Hoe die eruit ziet verschilt per organisatie én per vrijwilligersvraag. Daarom is het belangrijk dat je je richt op de ideale vrijwilliger voor jouw klus.

Om in beeld te krijgen wie die vrijwilliger is, ga je bedenken wat voor persoon je het liefst zou willen hebben. Misschien ken je al iemand?

Bepaal de ideale vrijwilliger met deze 10 vragen:

1. Is deze persoon een man of een vrouw?
2. Hoe oud is deze persoon?
3. In welke levensfase zit deze persoon?
4. Welk opleidingsniveau heeft deze persoon?
5. Waar woont deze persoon?
6. Welke karaktereigenschappen moet deze persoon hebben?
7. Welke hobby's of interesses heeft deze persoon?
8. Welke vaardigheden heeft deze persoon?
9. Om welke reden zou deze persoon vrijwilligerswerk gaan doen?
10. Welk taalgebruik past bij deze persoon?

Jeroen en Lisa zijn vrienden maar evengoed zijn het totaal verschillende types die een andere benadering vragen.

2. Schrijf opvallende Vacatures

Maatje gezocht. Wie bereik je daar tegenwoordig nog mee?

Met deze tips kun je jouw vacatures wel op laten vallen:

1. Geef hem een toffe titel

Noem het geen vrijwilligerswerk. Stel een vraag, gebruik getallen in de titel of maak er een prikkelende stelling van.

2. Voeg er smaakje aan toe of geef het een twist

Wat maakt deze vacature bijzonder? Leg de nadruk op een detail, zoals een bijzondere hobby of handige vaardigheid.

3. Geef extra waarde

Laat zien welke waarde het vrijwilligerswerk heeft. Een goed gevoel, iets leren, een referentie en wat dacht je van lekkere koekjes! 😊

4. Verpak hem mooi of juist apart

Verpak de vacature in een verhaal waarmee je emotie oproept. Denk bij een verpakking ook aan afbeeldingen of video's.

5. Promoot hem op een opvallende manier

Gebruik social media om de vacature verspreiden. Bedenk ludieke acties om je vacature zichtbaar te maken.

Vooraf Jeroen en Lisa zullen gevoelig zijn voor een vacature die 'anders' is. Maar zelfs Els zal eerder een opvallende vacature bekijken.

3. Wees een aantrekkelijke Organisatie

Wie wil er werken bij een saaie, logge organisatie?

Vrijwilligers van nu vragen een andere aanpak dan de vrijwilligers van 'vroeger'. Het moet **sneller en directer**.

Pas je website aan

Schrijf vlotte, korte teksten en gebruik **aansprekende afbeeldingen**. Uitgebreide uitleg kun je achterwege laten, daar zit niemand meer op te wachten. Wees wel duidelijk over procedures die van belang zijn. Vrijwilligers zijn onzeker en willen weten waar ze aan toe zijn.

Verbeter procedures

Kijk eens naar **procedures en werkwijzen**. Wat kun je aanpassen in jouw organisatie om interessant te worden voor vrijwilligers? Hoe makkelijk is het om vrijwilliger te worden. Haal alle drempels weg.

Zorg voor een ervaring

Zorg voor een **onvergetelijke vrijwilligerservaring**. Dat kan al in kleine details zitten, neem de **Efteling** als voorbeeld. Maak duidelijk waarom je bestaat en creëer betrokkenheid. Mensen zijn gevoelig voor het verhaal achter een organisatie. Ook hier zit het hem soms in de details.

Jeroen heeft een druk leven en verwacht dat hij zaken snel en digitaal kan afhandelen. Voor Lisa geldt dat ze bij een fijne organisatie wil horen.

4. Zet Social Media slim in

Waar de ideale vrijwilliger is, moet jij ook zijn.

De meeste mensen besteden een groot deel van hun tijd op Social Media kanalen zoals Facebook, LinkedIn en Instagram.

Is jouw organisatie al zichtbaar op deze kanalen? Maak een account aan en vul je profiel zo volledig mogelijk in. Zorg voor een persoonlijke uitstraling die aansluit op je huisstijl.

Social media draait niet om jou

De meest gemaakte fout is dat organisaties alleen laten zien wat ze doen. Zenden, zenden en nog eens zenden. Daar hebben mensen snel genoeg van. Praat dus niet alleen over jouw organisatie, maar zorg dat het interessant is voor de mensen die jou volgen.

Gebruik de 'derden' regel:

- ✓ een derde gaat over jou;
- ✓ een derde is interessant voor je publiek;
- ✓ een derde is gericht op reactie van je publiek.

Vraag je bij elk bericht af wat de lezer eraan heeft. Is het grappig of informatief? Stel vragen om meer interactie te krijgen met je volgers.

Kies een of twee kanalen waar je actief mee aan de slag gaat en waar je regelmatig berichten plaatst. Plan berichten in om tijd te besparen.

Zelfs Els zit op Facebook en Skypet met haar kleinkinderen, denk dus niet dat 'oudere' vrijwilligers hier geen gebruik van maken.

5. Gebruik Hulpmiddelen

Om je zichtbaarheid te verbeteren en (online) op te vallen.

Om zichtbaar te zijn heb je goede afbeeldingen nodig en een flinke dosis creativiteit. Gelukkig zijn er programma's die je hiermee helpen en vaak nog gratis ook:

[Pixabay](#) Voor gratis afbeeldingen van hoge kwaliteit.

[Canva](#) Om makkelijk mooie advertenties te ontwerpen.

[Giphy](#) Om bewegende afbeeldingen (Gifs) te maken.

[Lumen5](#) Om een video te maken met teksten en achtergrondmuziek.

[Buffer](#) om Social Media berichten in te plannen.

... en laat je Inspireren

Soms is het lastig om te bedenken wat je allemaal kunt doen om zichtbaar te worden bij de juiste mensen. Dan kun je wel wat inspiratie gebruiken. Je hebt mazzel, want inspiratie is overal om je heen.

Bekijk de website en social media accounts van populaire bedrijven zoals [Coolblue](#). Wat voor afbeeldingen gebruiken ze? Wat zeggen ze? Hoe nodigen ze uit tot interactie?

Wist je dat Coolblue een kaartje stuurt om je te bedanken als je een grote bestelling hebt geplaatst? Een klein gebaar dat indruk maakt.

Tip! Denk als een bedrijf, kijk om je heen en laat je inspireren!