



9.9. Contact met de hengelsportwinkelier

Vrijwel alle hengelsportverenigingen maken gebruik van dierenspeciaalzaken en hengelsportwinkels voor de verkoop van de VISpas. De winkeliers zorgen in veel gevallen voor een grote jaarlijkse aanwas van nieuwe leden. Verenigingen die een goed contact met de winkeliers onderhouden, plukken daar de vruchten van.



1. Verenigingsinformatie

Het is voor potentiële leden erg verhelderend als er in de winkel informatie aanwezig is over jouw vereniging. Denk hierbij aan een stapeltje formulieren of folders, met een opsomming van de verenigingsactiviteiten, de lokale viswateren en de contributieprijzen. Zorg dat de contactgegevens van het secretariaat en de verenigingswebsite overal duidelijk op vermeld staan. Ook de wervende folder 'Ga toch vissen!', met op de achterzijde ruimte voor verenigingsinformatie, is zeer geschikt om op de balie neer te leggen.

Door het in de winkel laten zien van mooie viswateren in de omgeving en foto's van de daar gerealiseerde vangsten, zullen klanten eerder geneigd zijn tot het aanschaffen van een VISpas van jouw vereniging. Ook buiten de winkel zorgt dit voor mond-tot-mondreclame.

Vangstfoto's stimuleren de aankoop van hengelsportmateriaal, dus ook de winkelier is er blij mee.

2. Promotiemateriaal

De winkeliers krijgen van Sportvisserij Nederland jaarlijks informatie over het beschikbare voorlichtingsmateriaal. Naast een deursticker en een baliemat over de VISpas, worden de folderserie 'Vissen doe je zo' en de meertalige VISpasfolders regelmatig aangevraagd.

Hoewel de winkeliers altijd over een faxformulier beschikken om extra folders te bestellen, is het verstandig om regelmatig te informeren of zij nog voorlichtingsmateriaal nodig hebben. Een goede voorlichting over de hengelsport en de VISpas wordt zeker door beginnende vissers op prijs gesteld, het is daarom belangrijk dat ze deze informatie in de winkel krijgen. De vereniging kan ook overwegen om bijvoorbeeld een vispet te maken, waarop de namen van de vereniging en de winkel staan. Op deze wijze worden de winkel en de vereniging tegelijk gepromoot.



3. Contactmomenten

De contactmomenten tussen de hengelsportvereniging en de winkelier zijn vooral de momenten dat de Voorlopige Bewijzen van Lidmaatschap (VBL's) worden opgehaald en/of afgeleverd. Dat varieert over het algemeen van wekelijks tot eens in de anderhalve maand.

Zo'n contactmoment is een ideale gelegenheid om even bij te praten met een winkelier. Een hengelsportwinkel of dierenspeciaalzaak wordt dagelijks door tientallen tot honderden mensen bezocht. Hierdoor is de winkelier vaak goed op de hoogte van de wensen en eventuele klachten van de lokale sportvissers.



Informeer hiernaar tijdens het bezoek aan de winkel en bespreek de bevindingen binnen het verenigingsbestuur.

Ook kunnen tijdens het bezoek afspraken worden gemaakt over een samenwerking tussen de winkelier en de vereniging.



4. Samenwerking

Vaak worden verenigingsactiviteiten alleen gecommuniceerd via de eigen website, het verenigingsblad of een lokale krant. Door verenigingsinformatie over een lezing, een jeugdviscursus, een wedstrijd of een open dag eveneens via de winkelier te communiceren, worden meer mensen bereikt.

Bij elk contactmoment kan de vereniging de actuele informatie aan de winkelier overdragen. Het werkt dan goed om een paar kleine posters te maken (op A3 of A4 formaat) en die in de winkel op te hangen, gecombineerd met een stapeltje flyers (A4 of A5-formaat) op de toonbank.

Door de communicatie via flyers en posters worden veel sportvissers bereikt die nog niet bij de hengelsportvereniging zijn aangesloten. Bovendien versterkt het de band tussen de winkelier en de vereniging.

Er zijn met winkeliers vaak goede afspraken te maken over sponsoring. Zo zijn veel winkeliers bereid om aas, voer en (klein) materiaal te sponsoren voor wedstrijden en jeugd-activiteiten.



5. Handelingsvergoeding

Het geven van voorlichting over de VISpas en de hulp bij het invullen van een VBL (Voorlopig Bewijs van Lidmaatschap) kan een winkelier de nodige tijd kosten. Een vergoeding voor de verkoop van de VISpas is dan ook op zijn plaats.

Veel winkeliers zien dat de verkoop van de VISpas extra klanten in de winkel brengt, maar vinden desondanks een vergoeding vanzelfsprekend. Ongeveer de helft van de winkeliers geeft aan dat zij zonder een handelingsvergoeding geen VISpassen zouden verkopen. Ook stimuleert een vergoeding de verkoop van meer VISpassen. De handelingsvergoeding die verenigingen geven varieert over het algemeen van één tot drie euro per VBL.

Maak goede afspraken over de financiën. Lever de VBL's bijvoorbeeld per 10, 20 of meer aan en reken verkochte VBL's af bij levering van een nieuw pakket.



6. Meer verkooppunten = meer leden

Gebleken is dat een goed contact met de hengelsportwinkelier veel invloed heeft op de ledengroei van een vereniging. De verenigingen die op een actieve wijze deze contacten onderhouden, vertonen vaak een sterke groei.

Aanbevolen wordt om de verkoop van de VISpas aan zoveel mogelijk winkeliers te gunnen. Hierdoor wordt het potentiële leden gemakkelijk gemaakt om een VISpas aan te schaffen en zal de vereniging bovendien een goede relatie met alle winkeliers behouden. Dit komt de aanwas van leden ten goede!