

HANDLEIDING

Toolkit communicatie en promotie

Hoe maak ik de AH Sportactie en Nationale Sportweek tot een groot succes voor mijn club?



SPORT
SUPPORT

Samen sportplezier scoren

1

Aanmelden Nationale Sportweek en AH Sportactie

Albert Heijn en NOC*NSF houden van 4 tot en met 24 september de AH Sportactie. Met de spaaractie kunnen klanten gratis sporten verdienen. Gratis sporten kan dan tot en met 3 december. Daarnaast vindt van 9 tot en met 17 september de Nationale Sportweek plaats. Dat biedt volop kansen voor jouw sportclub om mensen kennis te laten maken met jouw club en jouw sport.

Om een activiteit van je club in deze periode tot een succes te maken, is goede communicatie en promotie van groot belang. En wij helpen je daar graag bij, daarom hier wat tips en trucs daarvoor. De eerste stap is om de eigen leden, vrijwilligers en andere betrokkenen binnen je club op de hoogte te brengen van de geplande activiteiten. Zo worden zij niet verrast door berichten van buitenaf. Je hebt de eigen mensen immers hard nodig om een activiteit te organiseren! Ook zij zijn ooit voor het eerst naar je club gekomen en weten hoe het is om dan gastvrij onthaald te worden.

Gebruik dus eerst communicatiekanalen die gericht zijn op de eigen leden. Omdat de periode tot de activiteit wellicht nog kort is, moet dit snel gebeuren. Dat hoeft geen probleem te zijn; leden kunnen snel worden bereikt via email, website en/of nieuwsbrief. Gebruik meerdere kanalen, zodat iedereen op de hoogte is. Denk ook aan bestaande WhatsApp-groepen van commissies. Nieuwe WhatsApp-groepen zijn snel opgezet.



Belangrijk: bepaal duidelijk wie de communicatie vanuit de club verzorgt, zodat er niet van verschillende mensen berichten naar buiten komen, hoe goed bedoeld ook. Het voorkomt dat berichten elkaar tegenspreken. Een foutje over datum, tijdstip of locatie is snel gemaakt.

Zie bijlagen 1 en 2 om leden op de hoogte te stellen van de AH Sportactie en de Nationale Sportweek. Uiteraard is een combinatie van beide berichten mogelijk wanneer je club aan beide acties deelneemt.

2

De buitenwereld moet het weten!

Wanneer je de activiteit aan de buitenwereld bekend maakt, is het belangrijk dat je helder hebt wat je naar buiten brengt. Vaak blijft een kort en duidelijk bericht het beste hangen. Het gaat dan om de meest essentiële dingen van de activiteit:

- Wat is er te doen?
- Wanneer is het?
- Waar is het?
- Wie kunnen er deelnemen?
- Als aanmelden noodzakelijk is: hoe kan men zich opgeven?

Het is ook belangrijk dat deelnemers weten met welke club ze te maken hebben. Geef dus een korte omschrijving van de club. Breng dit op een enthousiaste manier, laat zien hoe leuk de club is. Zorg dat mensen graag bij je willen horen en zij zich gastvrij ontvangen voelen!

3

Communicatiemiddelen

Maak voor jezelf duidelijk wie je doelgroep is. Bij de activiteit wil je uiteindelijk zo veel mogelijk mensen bereiken, maar het kan afhangen van de doelgroep(en) die je wilt bereiken welk communicatiekanaal het meest geschikt is. Zo zijn jongeren veel actief op Facebook en Instagram, terwijl veel 65+ers baat hebben bij 'geschreven' informatieberichten. Het is voor de promotie uiteraard altijd goed om meerdere kanalen te gebruiken.

De volgende on- en offlinekanalen zijn zeer geschikt:

- Social media (Facebook, Twitter, Instagram)
- Eigen website
- E-mail
- Nieuwsbrief
- Persberichten aan lokale en regionale kranten, huis-aan-huisbladen en omroepen
- Posters
- Flyers
- Banners
- Informatiekanalen via scholen, sportverenigingen, bibliotheken, praktijken etc.
- Bestaande leden: 'Ik neem je mee'.

Belangrijke communicatiekanalen zijn de lokale en regionale media. Zij hebben vaak ook weer profielen op Facebook en Twitter, die op hun beurt weer worden gedeeld en getweet. Dan gaat de verspreiding van informatie over de activiteit snel.

Persberichten en berichten op de eigen website lenen zich voor meer informatie dan een bericht op social media. Het is goed om op Facebook en Twitter een link naar de website te plaatsen, zo krijgen geïnteresseerden heel gemakkelijk alle informatie tot zich. Houd bij de toon die je gebruikt altijd voor ogen dat je mensen wilt enthousiasmeren voor je sportactiviteit!

Je kunt lokale en regionale media rustig meerdere keren een persbericht sturen; iets langer voor de activiteit en kort voor de activiteit. In het laatste persbericht kun je dan nog eventuele wijzigingen of toevoegingen plaatsen.



Denk aan een leuke foto bij het persbericht!

Zie bijlagen 3 en 4 voor persberichten over de AH Sportactie en de Nationale Sportweek. Belangrijk is om je activiteit in het zoek & boekstelsel te zetten, zodat het zichtbaar is voor geïnteresseerden. Hiervoor maak je een clubprofiel aan op www.ahsportactie.nl. Heb je al een clubprofiel, dan kun je direct je activiteiten toevoegen. Mensen kunnen zich gaan aanmelden en jij hebt direct de contactgegevens van de deelnemers per activiteit gemakkelijk op een rij. Zo kun je iedereen snel op de hoogte stellen van de laatste informatie. De activiteiten die je invoert, die plaatsvinden van 9 tot en met 17 september verschijnen ook automatisch in het overzicht van de Nationale Sportweek op www.nationalesportweek.nl.

4

Aantrekkelijke informatie

Zorg dat je met leuke informatie komt over jouw activiteit die mensen waarderen. Je kunt hierover in een kleine groep brainstormen. Het is leuk om daar ook een aantal bestaande leden bij te betrekken, die willen bijdragen aan de gastvrije uitstraling van je club. Plaats regelmatig een oproep voor aanmelding. Zorg dat de activiteit op jouw club anders is dan bij anderen door er bijvoorbeeld een leuke actie aan te koppelen.

Houd in de gaten wat anderen online over je zeggen. Deel positieve berichten waarin je wordt genoemd of moedig deelnemers of leden aan dat te doen. Mensen kijken graag naar foto's en filmpjes. Plaats deze regelmatig op social media en/of de website om te laten zien hoe leuk en actief jouw club is! Mensen zullen elkaar in de berichten taggen, erop reageren, delen, liken of retweeten, waardoor jouw pagina nog meer onder de aandacht komt.

5

Communicatiekalender

Leg voordat je begint met actie ondernemen alle leuke ideeën uit de brainstormsessie vast in een communicatiekalender. Zo heb je het overzicht om elke taak op het juiste moment en op de juiste manier aan te pakken.

6

Communicatie achteraf

De communicatie houdt niet op als de activiteit klaar is. Als deze een succes is geweest, is het belangrijk om ook dat naar buiten te communiceren. Zo komt je club nogmaals positief in het nieuws. Ook deze berichten zullen weer gedeeld en geretweet worden. Denk ook hier aan een leuke foto van de activiteit!

Moedig vooral ook de deelnemers aan de activiteiten aan om nog een keer te komen. Dat kan ook na afloop van de actie! Blijf de gastvrijheid en laagdrempeligheid van je club onder de aandacht brengen!

Zie bijlagen 5 en 6 voor persberichten van de AH Sportactie en Nationale Sportweek achteraf.