



Marketing **Handboek** voor Vrijwilligers

**“Hoe zorg ik als vrijwilliger van
mijn vereniging gemakkelijk
voor onze online zichtbaarheid?”**



Hey alle ballen in de lucht houder,

Klonk de quote op de vorige pagina alsof jij dit gisteren nog zei tegen je partner, buurman of vriend(in)? We got you.

Als toegewijde vrijwilliger investeer jij al genoeg tijd en energie in jouw vereniging, stichting, school of ander vrijwillig project. Alsof dat nog niet genoeg is, moet de social media ook nog worden bijgehouden met creatieve en pakkende posts. Want, met de inzet van social media bouw je naamsbekendheid op, werf je nieuwe leden en behoud je contact met bestaande leden.

Maar, we begrijpen ook dat je als vrijwilliger niet altijd de tijd en/of kennis hebt om te werken aan jullie online zichtbaarheid. Daarom vind je in dit speciale handboek voor vrijwilligers praktische tips voor een goed gevulde social mediakalender. Deze pas je gemakkelijk toe in jouw drukke schema. Dat moet vast opluchten!

We hopen hiermee dat je stap voor stap bouwt aan een sterke online aanwezigheid zonder concessies te doen aan de inzet die je al toont voor jouw vereniging.

Creatieve groet,

Team Frescon

Waarmee gaan wij jou helpen:

- 1 Zelf creatieve posts maken in Canva
- 2 Betrokken blijven met een inhaakkalender
- 3 Do's & dont's op social media
- 4 Community bouwen met een
- 5 hashtagonderzoek





Getipt door collega,
creatieveling
en Content Marketeer:

Amy

Je wilt natuurlijk dat elke social media gebruiker gelijk jouw post identificeert met jouw vereniging. Dit doe je door de huisstijl van jouw vereniging door te voeren in de social media posts. Denk aan het logo, de kleuren en het lettertype. Deze vind je bijvoorbeeld ook terug op jullie website.

Canva is hiermee jouw redmiddel:

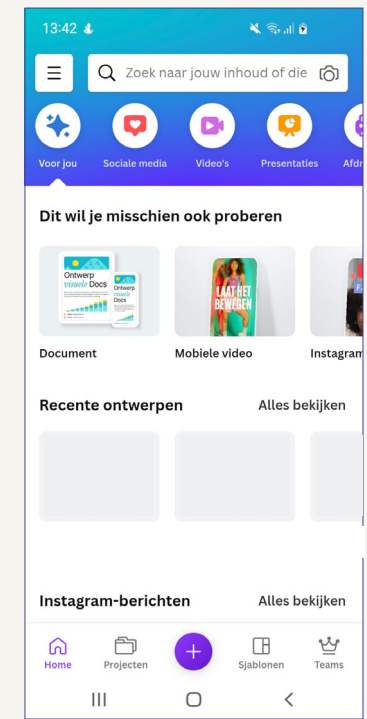
Met de gratis online tool Canva maak je makkelijk en snel ontwerpen, zoals een social media sjabloon. Canva is toegankelijk voor iedereen en een ontwerp concept kan je zelfs delen met anderen. Ook al heb je (bijna) geen ervaring met grafische ontwerpen, met Canva maak je alsnog aantrekkelijke social media posts!



Hoe gebruik ik Canva:



Download gratis de app Canva in de Apple of Play Store. De online tool kun je ook gebruiken via computer of laptop. De volgende stappen gaan over de applicatie, maar komen overeen met de computerversie. We leggen je de applicatie uit, omdat jouw input waarschijnlijk binnenkomt via bijvoorbeeld een groeps-WhatsApp. Net zo handig om dan gelijk een afbeelding in jouw Canva-sjabloon te zetten!



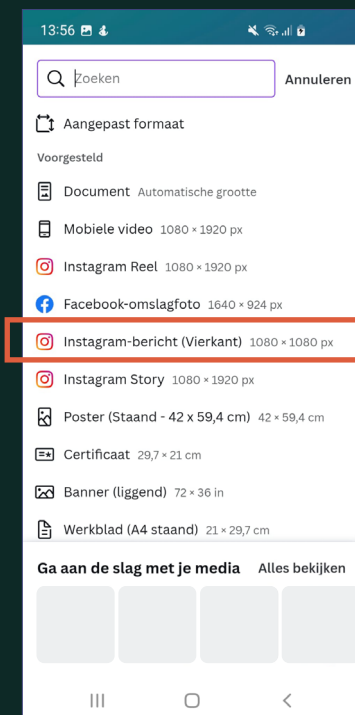
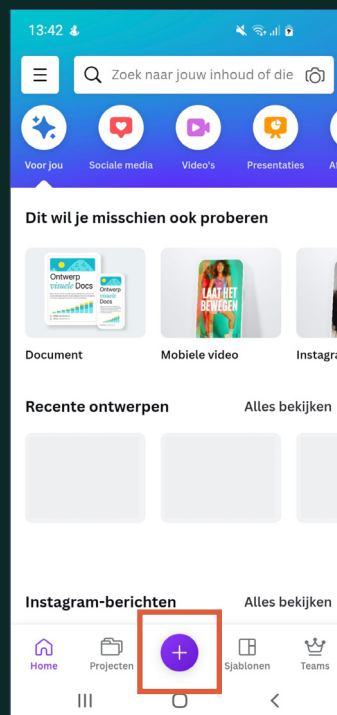
1

**Zelf
creatieve
posts maken
in Canva**

2 Laten we starten met het maken van een sjabloon. Klik midden onder op het paarse plusje.

Voor de computerversie: Klik rechtsboven op 'Een ontwerp maken'.

Vervolgens kies je het formaat van jouw sjabloon. We raden je aan om het formaat 'Instagram-bericht (Vierkant)' te kiezen, voor een passende lengte en breedte op elk social media kanaal. Dit formaat is 1080 x 1080 px en kan je tevens invoeren bij 'Aangepast formaat'

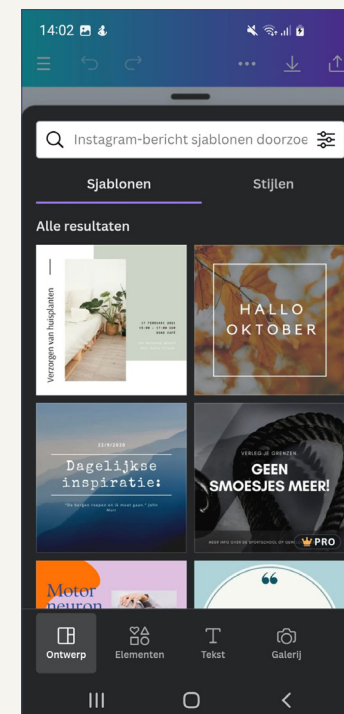
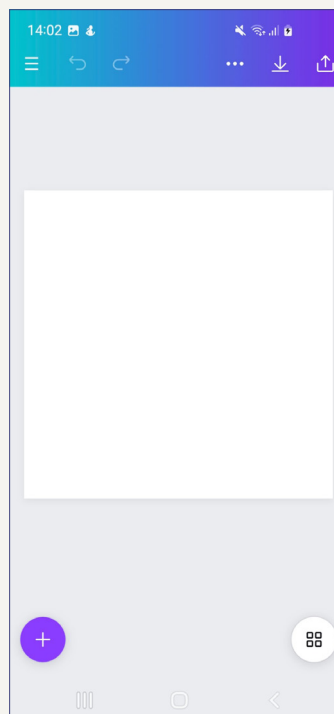


3 Je komt nu terecht in een leeg sjabloon.

Canva geeft twee mogelijkheden: vanaf nul beginnen, zoals het linker screenshot. Of je ontwerp maken op basis van een al gemaakt sjabloon, zoals in het rechter screenshot.

In dit handboek helpen we je als je begint vanaf nul. Ga hiervoor door naar stap 4.

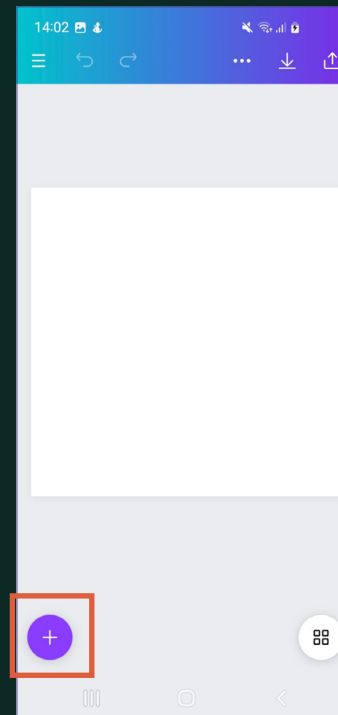
Wil je toch beginnen met een sjabloon? Klik dan op het paarsje plusje. Onder 'Ontwerp' vind je verschillende sjablonen voor inspiratie. Klik hierop en je kunt gelijk beginnen.



4 Tof dat je begint from scratch! Je hebt met deze stap de volledige vrijheid om te ontwerpen hoe jij 't wilt. Wel moet je je voor de herkenbaarheid houden aan de huisstijlregels van jouw vereniging. Hiervoor heb je nodig:

Kleurcodes: Meestal zijn dit twee of drie kleuren. Lettertipes: Meestal is dit een of twee lettertypes. Vormgebruik: Jullie gebruiken rechte of gebogen lijnen. En weer vierkanten of juist cirkels. Logo: In PNG.

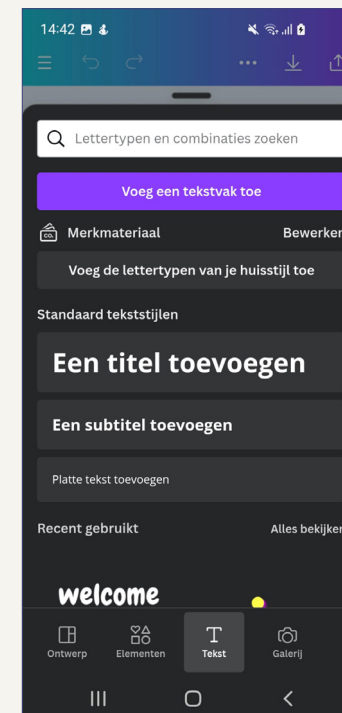
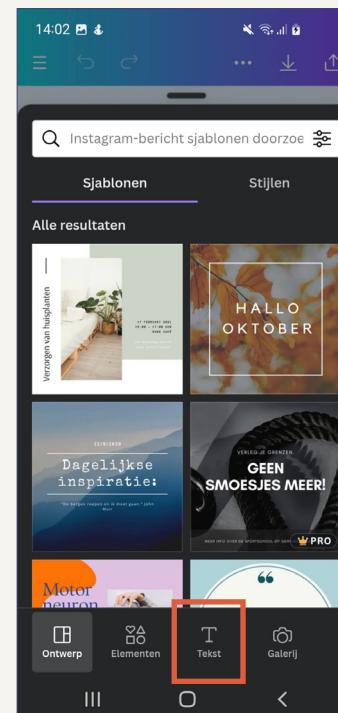
Klink weer op het plusje om te ontwerpen.



5 Hier voeg je vormen (Elementen), tekst en afbeeldingen (Galerij) toe (linker screenshot).

Klik op 'Tekst' (linker screenshot) en zoek een passend voorbeeld uit (midden screenshot). Deze komt vervolgens in jouw sjabloon te staan.

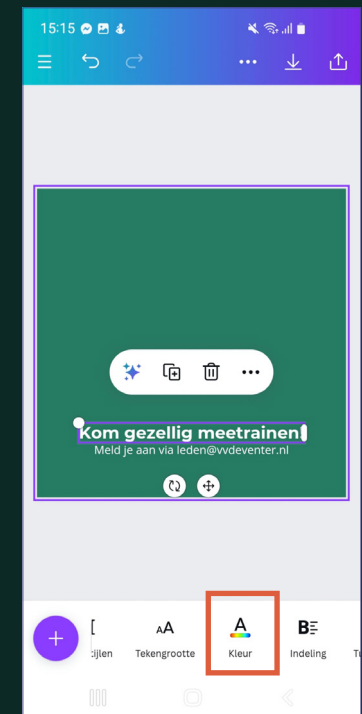
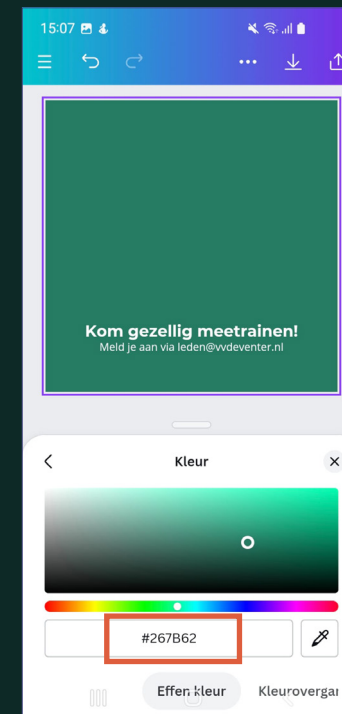
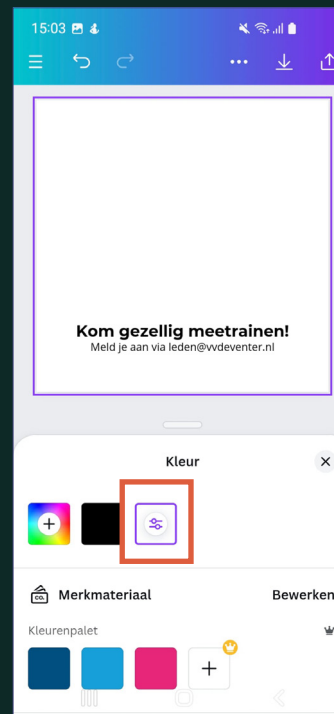
Vind een passend lettertype door op 'Een titel toevoegen' te klikken. Let op: de gratis versie van Canva kent veel, maar niet alle lettertypes. Staat jouw lettertype er niet tussen? Kies dan voor een vergelijkbare. Verschuif vervolgens de titel en maak kleiner/groter, wat gewenst is.



6 Voor een opvallende post gaan we kleur toevoegen. Klik op je sjabloon, zodat deze een paarse rand krijgt (linker screenshot)

VV Deventer gebruikt voornamelijk groen met kleurcode #267B62. Klik op het icoontje (linker screenshot). Voer nu de juiste kleurcode in (midden screenshot).

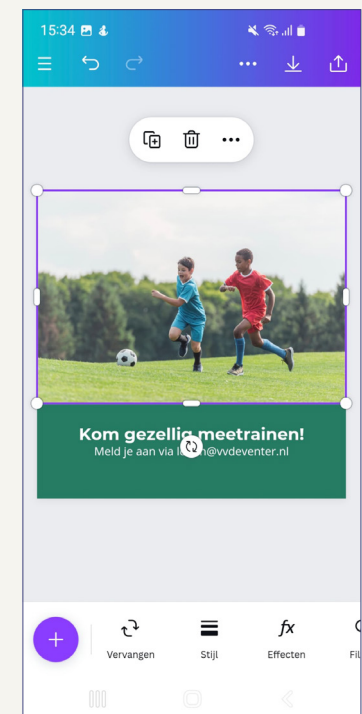
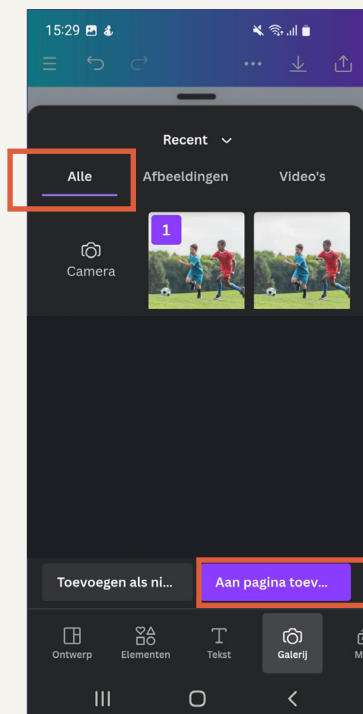
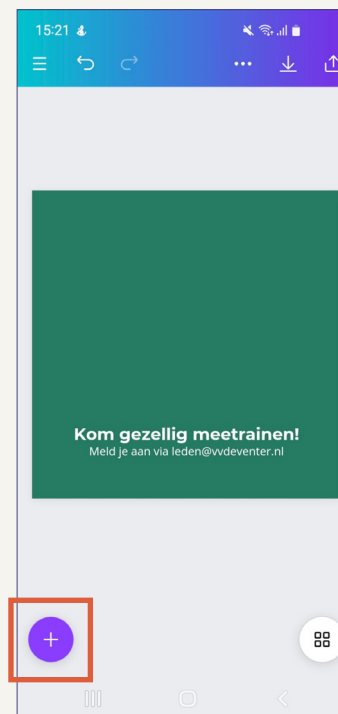
Wij maakten hierna de tekst wit, zodat dit beter past bij de groene achtergrondkleur. Klik op de tekst en kies een kleur bij 'Kleur' (rechter screenshot).



7 We gaan nu een afbeelding toevoegen. Want, mensen bekijken eerder je post met een afbeelding. Het liefst met een gezicht erbij op.

Ga via het paarse plusje (linker screenshot) naar Galerij. Hier vind je de afbeeldingen, die staan op je telefoon. Zorg er dus voor dat je afbeelding al gedownload is, om te gebruiken.

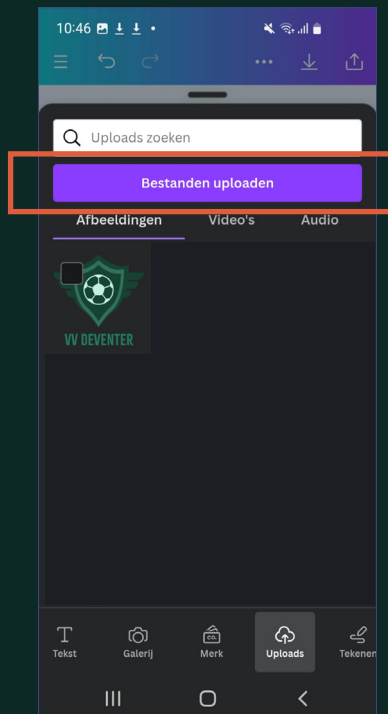
Ga naar Alle om jouw afbeelding te kiezen. Klik op 'Aan pagina toevoegen' (midden screenshot). Houd de afbeelding ingedrukt om te verplaatsen, groter en kleiner te maken (rechter screenshot).



8 Tot slot voegen we het verenigingslogo toe, als kers op de taart van een herkenbare post!

Ga weer naar het paarse plusje (linker screenshot). Bij Bestanden uploaden zoek je naar je logo (zorg dat deze al op je mobiel staat) (midden screenshot). Vervolgens klik je deze aan en verplaats je deze naar de gewenste positie (rechter screenshot).

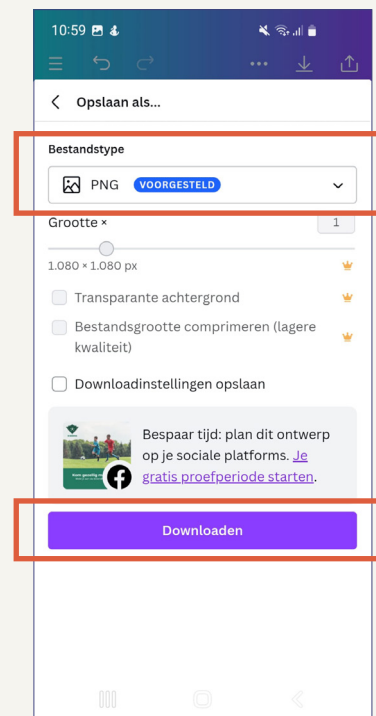
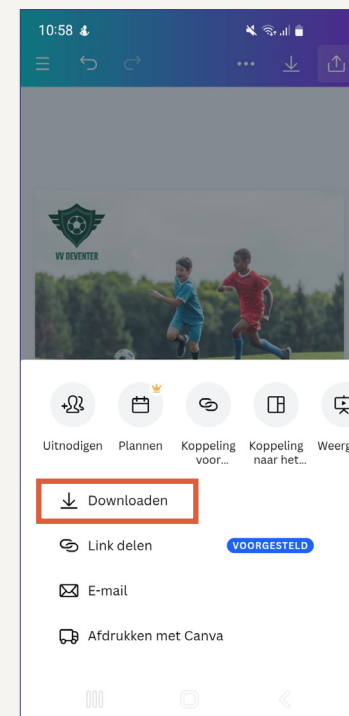
Valt je logo helemaal weg in de achtergrond? Vraag dan of je vereniging een witte logovariant heeft. Deze valt meer op bij een drukke achtergrond, zoals een afbeelding.



9 Helemaal tevreden met je ontwerp? Dan is het tijd om je ontwerp te downloaden. Dit doen we als volgt:

Klik rechtsboven op het pijltje (linker screenshot). Druk op Downloaden (midden screenshot). Zorg dat het Bestandstype een PNG is. Klik op Downloaden en klaar is Kees! (rechter screenshot).

Dit Canva-ontwerp vind je terug bij Je projecten (in de linker kolom van je mobiel). Ook bij het openen van de Canva-app, staat deze gelijk bij Recente ontwerpen.





Getipt door doelgerichte
collega en online marketeer:

Dorijke

Een inhaakkalender is een onmisbaar instrument voor jouw social mediastrategie. Zo'n kalender bevat belangrijke gebeurtenissen van komend jaar. Slim om hierop in te haken voor een hoge betrokkenheid.

De voordelen:

Bespaar jezelf daarbij tijd, om alvast posts als inhaker op te maken. Een nationale feestdag staat bijvoorbeeld al vast en hoef jij niet op te wachten.

Via de QR-code download je gratis onze inhaakkalender van 2024. Hier staan de belangrijkste hoogtepunten van het jaar in. Bestudeer zelf welke voor jouw club van toepassing zijn. Denk aan ludieke posts, passende afbeeldingen of speciale aanbiedingen die inspelen op de actualiteit. Duwtje in de goede richting nodig? Hieronder staan drie voorbeelden, ter inspiratie om op in te haken.

Type vereniging

Sportvereniging
Muziekvereniging
Wijkvereniging

Inhaker:

Vaderdag
Wereld Muziek Dag
Wereld Milieu Dag

Actualiteit:

Vader-zoon toernooi
Filmavond of bezoek orkest
Samen de wijk opruimen

Handel proactief:

Naast onze eigen inhaakkalender, kent jouw vereniging ongetwijfeld ook vaste momenten in het jaar. ALV, toernooien, feesten... noem maar op! Als je dan alle inhaakmomenten uit onze kalender noteert, voeg dan gelijk deze clubmomenten toe. Zo maak jij in één keer meer content en handel je proactief.



2

**Betrokken
blijven met een
inhaakkalender**

3

Do's & dont's op social media



Getipt door collega, visionair
en content strateeg:

Iris

Wist je dat we gemiddeld 500 social media berichten per dag zien? Vijf-hon-derd. Ja, laat dat maar even bezinken... Een hoop content dus, waar jij als vereniging tussen uit moet springen. Een herkenbare huisstijl uit stap 1 en inhakende posts uit stap 2 helpen hier in ieder geval goed mee. Die basis heb je al mooi! Laten we daarom snel doorgaan naar de volgende stap:

Hoe zorg ik dat mijn vereniging opvalt tussen die 500 berichten?
Hieronder duiken we in de nodige do's & don'ts om verschil te maken op de tijdlijn van je doelgroep. We houden de focus op: afbeelding gebruik, inhoud van de post, interactiviteit en de timing van berichten plaatsen.

DO'S

DONT'S



AFBEELDING GEBRUIK

Visuele content trekt de aandacht en verhoogt de betrokkenheid. Gebruik daarom altijd een afbeelding in je social media bericht. Kies voor een scherpe, hoogwaardige foto.

Vermijd willekeurige stockfoto's. Ze kunnen afbreuk doen aan je geloofwaardigheid en kan leiden tot een onpersoonlijk imago. Daarbij gebruiken mogelijk andere clubs ook dezelfde beelden.

DO'S

DONT'S



INHOUD VAN DE POST

Houd jouw bericht kort en krachtig. Gebruik korte, pakkende teksten die de aandacht trekken. Denk aan emoji's om je boodschap te versterken. Communiceer gelijk je boodschap in de eerste zin, zodat men direct doorleest.

Vermijd overmatig gebruik van hoofdletters, uitroeptekens en emoji's. Dat maakt jouw bericht een stuk minder professioneel en dus minder geloofwaardig. Maximaal twee uitroeptekens en twee emoji's zijn voldoende.



INTERACTIVITEIT

Interactie versterkt de band met je publiek en vergroot de zichtbaarheid van je berichten. Moedig daarom actieve betrokkenheid aan door vragen te stellen, polls te maken en hun opmerkingen te beantwoorden.

Een belangrijke don't is het negeren van reacties onder een post, zowel positief als negatief. Het niet reageren op opmerkingen, vragen of klachten kan resulteren in een verlies van vertrouwen bij je publiek.



TIMING BERICHTEN

Plaats of plan je social media berichten op maandagochtend, woensdagmiddag of vrijdagavond voor optimale betrokkenheid. Op deze tijdstippen zijn mensen het meest online en actief op social media.

Zit je in de flow met content maken of is er veel te melden? Spam je volgers niet met aaneengeschakelde berichten. Stel prioriteit aan de relevantie van het onderwerp en bedenk of een bericht misschien via de nieuwsbrief kan.



Getipt door empathische doener,
en videograaf:

Jordi

#AanDeSlag! Je ziet het ongetwijfeld wel eens staan onderaan een social media tekst: hashtags. Een goed hashtagonderzoek kan het verschil maken en jouw bijdrage aan online aanwezigheid optimaliseren. Hier zijn drie waardevolle soorten hashtags om de social media posts van jouw vereniging naar een hoger niveau te tillen.

We gebruiken, net zoals stap 1, als voorbeeld: VV Deventer.

4

Community met een hash- tagonderzoek

1

Doelgroep hashtags:

De essentie van social media ligt in het bereiken van de juiste doelgroep. Voordat je lukraak hashtags plaatst, moet je eerst begrijpen welke hashtags jouw doelgroep gebruikt. Kijk naar de gebruikte hashtags van clubgenoten en bijvoorbeeld je plaats. Overweeg dan welke relevant zijn voor de vereniging. Hierdoor vergroten we de kans dat jouw gemaakte content wordt opgemerkt.

Voor VV Deventer geldt bijvoorbeeld:

#Deventer #DeventerLeven #DeventerEvents
#Voetbal #PassieVoorVoetbal #VoetbalFamilie #VoetbalFans

2 Concurrentie hashtags:

Een doordacht hashtagonderzoek reikt verder dan alleen jouw vereniging. Kijk daarom eens op de social media profielen van soortgelijke verenigingen in en rondom je plaats. Dus voor VV Deventer geldt: welke hashtags gebruiken voetbalverenigingen in Deventer? En welke hashtags worden gebruikt door clubs in Overijssel of juist in de voetbal league?

Ontdek welke hashtags zij gebruiken en analyseer de betrokkenheid bij hun berichten. Welke relevante hashtags kan jij meenemen voor jouw eigen vereniging?

Voor VV Deventer geldt bijvoorbeeld:

#Overijssel #OverijsselVoetbal
#VoetbalClubsOV #LokaalVoetbalOV
#RegionaalVoetbalNL #Voetbalseizoen

3

Unieke verenigings hashtag:

Maak het persoonlijk en specifiek door een unieke hashtag. Deze is gerelateerd aan jouw vereniging of specifiek evenement.

Een eigen hashtag weerspiegelt de identiteit van de vereniging en is ook gemakkelijk te onthouden voor leden. Deze hashtag kan de naam van je vereniging bevatten (1), jullie (unieke) slogan (2) of juist waarmee jullie worden geassocieerd (3). Zo heeft VV Deventer de slogan: Groen Veld, Groen Hart. De omgeving kent hun als de Groene Gladiolen.

De club kan dan een van de volgende unieke hashtags gebruiken:

#VVDDeventer (1) of #GroenHart (2) of
#GroeneGladiolen (3)

Voor evenementen bedenk je een specifieke hashtag om de betrokkenheid ervan te vergroten. Het delen van deze hashtags moedigt niet alleen leden aan om ze te gebruiken, maar het creëert ook een online archief van activiteiten.

Voor het Vader-Zoon toernooi kan VV Deventer bijvoorbeeld #DeventerDuoDribbel gebruiken.



Getipt door organisatorisch talent
en klantgerichte collega:

Kaylee

Social media posts opgemaakt, inhaakkalender ingevuld, teksten tactisch verwoord en passende hashtags gevonden? Dan heb jij genoeg input verzameld om jouw social media kalender te vullen! Maar... wanneer plaats je welk social media bericht? En wanneer is de kans het grootst dat jouw doelgroep een bericht ziet? En kan je ook vooruit plannen? Wij geven je nog de laatste tips en tricks betreft planning:

5

Effectief berichten plannen

1

Content verspreiden:

Ongetwijfeld ben je super enthousiast over je gemaakte content. Daar mag je zeker trots op zijn! Na uren ploegen kan je dan ook niet wachten om je content te delen. Wacht toch nog wel met alles in één keer online te zetten. Het is namelijk zonde om al jouw gemaakte werk in de komende dagen te posten.

Naast dat je hiermee jouw doelgroep ondersneeuwt met content, moet jij heel snel weer hard ploegen voor een nieuwe lading aan content. Wij adviseren daarom: post één tot twee keer per week. Met tien posts kan je dan al mooi een kwartaal vooruit (exclusief vakanties)!

2 Stel prioriteit:

Welk social media bericht post je in welke week? We onderscheiden twee soorten content: tijdloze en inhakende content. Ten eerste houd je rekening met activiteiten, waar reuring voor moet worden gemaakt, door social media posts. Dit is inhakende content. Denk aan een aankondiging voor een ALV, familietoernooi of jaarafsluiting. Inhakende content is verbonden aan een datum en kan je alvast verwerken in de contentkalender.

In weken zonder activiteiten of content items, is ruimte voor tijdloze content. Tijdloze content heeft geen verbonden dag. Denk aan een algemeen bericht voor het werven van nieuwe leden of om gratis mee te trainen.

3 De juiste tijd:

Op welk tijdstip je het allerbeste een post moet plaatsen, verschilt per social media kanaal. Ook heeft de inhoud van het bericht veel invloed op de betrokkenheid. Onthoud daarom: wanneer zit jij zelf vooral op social media? Dat is in de vroege ochtend (07:00-09:00), tussen de lunch (11:30-13:00) en in de avonduren (18:00-21:00). Varieer met deze tijden en ondervind zelf welke tijden de meeste likes en reacties

4 Inplannen:

We snappen dat je om 07:00 niet gelijk staat te springen om een social media bericht te posten. We hebben daarom goed nieuws voor je! Plan berichten in wanneer jij wilt. Pak gelijk je laptop of computer voor een beter overzicht.

Facebook:

Ga naar het Facebookprofiel van je club. Ga naar Meta Business Suite. Onder Planner zie je de gehele planning van content. Ga onder Planner naar Bericht maken. Voeg hier jouw input toe voor een bericht. Scroll naar beneden en vink Datum en tijd instellen in. Kies een gewenst moment en klik onderaan op Plannen.

Instagram:

Het inplannen van Instagram-berichten kan ook via Meta Business Suite. Wanneer Instagram nog niet is gekoppeld, krijg je gelijk een pop-upmelding in Meta. Volg deze stappen. Krijg je geen pop-upmelding? Dan is je account waarschijnlijk al gekoppeld. Bij Bericht maken via de Planner, kun je het Instagram-profiel van je club aanvinken.

LinkedIn:

Maak een bericht bij Bijdrage schrijven en klik op het klokje, naast Plaatsen. Kies hier de gewenste datum en het tijdstip.

Succes met jullie online zichtbaarheid!



"Dat waren ze dan: vijf stappen om te bouwen aan de online zichtbaarheid van jouw vereniging, stichting, school of ander non-profit project. Ons team is zeer blij te mogen bijdragen aan het op weg helpen van jou als (marketing)vrijwilliger.

De rol van vrijwilligers zijn belangrijk voor een goede, saamhorige samenleving. Deze 'alle ballen in de lucht houders' dragen bij aan sociale verbinding in dorpen en steden. Als mensen zich vrijwillig inzetten voor een ander en voor de samenleving, ontstaat sociale innovatie en ondernemerschap. Terecht dat vrijwilligers 'het cement' van de samenleving worden genoemd.

Als ze er allemaal ineens mee zouden ophouden, zou Nederland behoorlijk ontwricht raken. Dat is juist de reden waarom wij deze praktische gids hebben opgesteld. De vrijwilliger kan er morgen direct mee aan de slag."

Eigenaar van Frescon
nl en vrijwilliger
bij Sportclub Deventer:

Thomas



Thomas Ganzevles



thomas@fresconbranding.nl



06 52 01 19 20

jouw content team