

BETER BESTUREN
THEMA: PROMOTIE



Speel uw vereniging of stichting in de kijker



Geachte bestuurder,

Om u op weg te helpen bij het promoten van uw vereniging of stichting, hebben wij een aantal artikelen voor u geselecteerd uit de omvangrijke database op www.verenigingen.nl.

- | | |
|--|-------|
| 1. Deelnemen aan beurzen en markten | pag 2 |
| 2. Checklist: een representatieve standbemanning | pag 3 |
| 3. Hoe zorgt u voor publiciteit? | pag 4 |

Deelnemen aan beurzen en markten

Voor uw organisatie zijn er vele beurzen, markten en evenementen waar u aan deel kunt nemen of die u zelf kunt organiseren. Denk aan jaarmarkten, sportbeurzen, hobbybeurzen, braderieën en inzamelingsmarkten. Bedenk van tevoren goed of het deelnemen aan beurzen rendabel genoeg is voor uw organisatie.

Wellicht organiseert uw vereniging of stichting zelf beurzen of evenementen. Zo organiseert de Stichting Boeken Steunen Mensen jaarlijks een boeken- en platenbeurs voor het goede doel, de Munten- en Postzegel Organisatie (MPO) organiseert verzamelbeurzen, veilingen en taxatiedagen.

Doelstellingen

Doelstellingen van een beurs kunnen zijn:

- Nieuwe relaties, leden, donateurs of vrijwilligers werven.
- De relatie met bestaande leden en donateurs verstevigen.
- Nieuwe diensten van uw organisatie aan een breed publiek presenteren.
- Vergroten van uw naambekendheid.

Probeer antwoord te krijgen op onderstaande vragen voordat u een beurs gaat organiseren of eraan gaat deelnemen:

- Wat wilt u bereiken? Het is belangrijk dat u de toegevoegde waarde zo nauwkeurig mogelijk vaststelt. Achteraf bepaalt u dan of u uw doelstellingen behaald heeft.
- Wat zijn de kenmerken van de doelgroepen die u wilt bereiken?
- Kunt u deze doelgroepen doelgericht bereiken? Sluit het karakter van de beurs hierop aan?
- Hoeveel bezoekers worden verwacht en welk percentage daarvan behoort tot de eigen doelgroep? Overigens kunt u ook collega-exposanten als doelgroep beschouwen.
- Komen de te verwachten kosten overeen met de grootte van die doelgroepen en de verwachte opbrengsten? Hoe gaat de presentatie op de beurs er precies uitzien? Wat wilt u op de beurs presenteren?
- Hoe wilt u uw boodschap over gaan brengen? Waar kiest u voor en wat sluit het beste aan? (DVD laten afspelen, een demonstratie, film)
- Wanneer vindt de beurs precies plaats? Is er geen overlapping met andere evenementen?

Doel van bezoekers

Houd ook rekening met het doel waarmee bezoekers naar een beurs komen:

- Verkrijgen van een overzicht van het aanbod
- Kennis nemen van ontwikkelingen
- Inwinnen van informatie
- Opdoen van nieuwe ideeën
- Hulp bij het maken van een keuze

Voorzieningen

Denk aan de volgende voorzieningen in een beursstand:

- ✓ • Panelen, vloerbedekking, meubilair
- ✓ • Brochuremolens, affiches, tekstpanelen
- Keukenruimte met koelkast en koffiezetapparaat
- Schoonmaakartikelen
- Serviesgoed (drinken)
- Pc's (stroom?)
- Verlichting
- Relatiegeschenken (houd rekening met de besteltermijn)
- Cateringbenodigdheden (deze zijn vaak centraal via de beursorganisatie te regelen)
- ✓ • Folders en inschrijfformulieren van uw organisatie

Horzeleude
2x banner
posters
handouts / flyers
promotiebox
horzeleude - vlag
houkje-toukje ophanginfo.

De organisatie

Zorg dat de beursdeelname goed verloopt:

- Benoem een standmanager.
- Stel vooraf vast hoeveel mensen u nodig heeft.
- Vertel de standbemanning wat u van hen verwacht. Geef duidelijke instructies. Geef deze instructies ook op papier.
- Rooster de standbemanning in. Geef voldoende tijd voor pauzes.
- Zorg voor afwisseling. Rouleer bijvoorbeeld taken of de plaats op de stand.
- Laat de standmanager regelmatig de beursdeelname evalueren en aangeven wat verbeterd kan worden.
- Neem ook tijd rond te lopen en te netwerken.

Checklist: Een representatieve standbemanning

Staat u op een beurs, jaarmarkt of ander evenement met uw organisatie? De standbemanning bepaald voor een groot deel het succes van uw deelname. De mensen die er staan vertegenwoordigen immers uw organisatie. Gebruik deze checklist voor een representatieve standbemanning.



Uiterlijk

Zorg dat u er verzorgd uitziet (kleding, haren, schoeisel, handen). Streef naar identieke kleding om de herkenbaarheid te vergroten. Draag een badge met uw naam en functie.

Denk aan uniform
(= herkenbaarheid)

Vaardigheden

Ook bepalen de vaardigheden van de standbemanning of zij de doelstellingen van de beursdeelname realiseren. Of dat nu het werven van leden is of het informeren van de bezoekers.

Zorg voor een nette stand

Geen rondslingerende privé-eigendommen of vertrouwelijke papieren. Geen halfvolle glazen of rommel.

Bereid u goed voor

Inventariseer welke (kritische) vragen u kunt verwachten.
Weet welke taken u heeft.

Kom goed over

Straal professionaliteit en toegankelijkheid uit. Glimlach en wees geïnteresseerd.
Let op uw houding, zoek oogcontact met de bezoekers.
Eet, drink en rook niet zichtbaar. Ook een tijdschrift lezen en het bezetten van stoelen voor bezoekers is 'not done'.
De stand moet altijd bemand zijn. Spreek daarom af wie wanneer pauze neemt of gaat lunchen.

Contacten leggen

Praat niet te lang met elkaar of met bekenden, maar vooral met mensen die u nog niet kent.
Ga op of in de buurt van de stand staan en spreek mensen aan.
Als u toenadering zoekt: spreek rustig en stel uzelf zo nodig voor. Stel oprechte vragen.
Probeer een gesprek af te ronden met een afspraak, een vervolgtelefoontje of een bezoek aan uw organisatie. Vraag een visitekaartje en/of noteer de gegevens. Zorg er voor dat de betreffende persoon binnen drie dagen antwoord krijgt of informatie krijgt toegestuurd.

→ leg een mailtje op of een kaartje voor geïnteresseerden

Als u een vraag niet kunt beantwoorden

Haal er een deskundige erbij;
Of: bied aan om die persoon later terug te bellen. Houd hiervoor altijd een pen en blocnote bij de hand en schrijf naam en telefoonnummer op. Zorg dat die persoon uiterlijk de volgende dag antwoord krijgt.

Wat te doen met kritiek?

Zorg dat de kritiekgever zijn verhaal helemaal kwijt kan, reageer pas daarna.
Probeer u te verplaatsen in de situatie van de ander. Toon begrip door zinnen te gebruiken als: "Ik begrijp dat u zich daar niet in kunt vinden."
Ga niet in discussie en word niet hatelijk.
Neem zo nodig later nog een keer contact op met die persoon.

Na de beurs

Help mee met het opruimen van de stand.
Voldoe aan de toezeggingen die u heeft gedaan.
Versterk het imago van betrouwbaarheid door direct documentatie op te sturen, terug te bellen of een afspraak te maken.
Evalueer na afloop gezamenlijk de dag.

Hoe zorgt u voor publiciteit?

Publiciteit brengt uw vereniging of stichting onder de aandacht van grote groepen mensen. Mensen krijgen daardoor een bepaald beeld van uw activiteiten. Dat beeld vormt uw imago, oftewel het publieke beeld dat van een organisatie bestaat.

Imago

Een imago is belangrijk. Het is een van de onderscheidende elementen die bepalen of particulieren, bedrijven en/of gemeenten:

- Uw vereniging of stichting steunen door middel van donaties en sponsoring
- Lid worden van een vereniging
- U een warm hart toedragen
- U in staat stellen zaken voor elkaar te boksen (verkrijgen van vergunningen, etc.)