## OPDRACHT

Waar kunnen de vrijwilligers jouw organisatie zoal tegenkomen of vinden?

## OPDRACHT

Vertel iets over je organisatie. Is het in één keer duidelijk wat de organisatie doet of te bieden heeft?

## OPDRACHT

Hoe ervaren mensen het beslismoment (formulieren, snelheid van reageren, duidelijkheid) Wat zijn jouw verbeterpunten?

**OPDRACHT**

Hoe praten mensen thuis over het aanmeldproces bij jouw organisatie? Wat zou je kunnen aanpassen om meer positieve reacties te krijgen op het aanmeldproces?

**RUIMTE VOOR NOTITIES EN IDEEËN**

INHOUD

*Werkboek*

Inleiding

Module 1: Mindset

Module 2: Ondernemerschap

Module 3: Creativiteit

Module 4: Zichtbaarheid

Module 5: Betrouwbaarheid



WAT ALS JE MAAR ÉÉN OPDRACHT HAD:

DE VRIJWILLIGER GELUKKIG MAKEN.

# MODULE 1 – MINDSET

## Verander je overtuigingen

Verander de manier waarop je kijkt naar het werven van vrijwilligers. Als je zelf de overtuiging hebt dat jouw vrijwilligerswerk de moeite waard is ga je daar ook naar handelen. Het wordt makkelijker om creatief en enthousiast te zijn. Hierdoor zullen mensen zich meer aangetrokken voelen tot jouw organisatie en het vrijwilligerswerk.

## Opdracht

1. Welke overtuigingen heb jij over vrijwilligerswerk? Wat zijn jouw gedachten? Schrijf ze op en zie of ze helpend zijn of niet.
2. Zoek manieren om niet-helpende overtuigingen om te draaien. Vraag bijvoorbeeld aan bestaande vrijwilligers wat zij er leuk aan vinden. Probeer te voelen hoe waardevol het is en krijg er zelf bijna zin in. Schrijf nu nieuwe overtuigingen op, zodat je daar terug naar kan kijken als je weer in je oude mindset vervalt. *Als je hier helemaal los op wil gaan schrijf je de nieuwe overtuigingen op briefje, hang je ze overal in huis en kantoor op en lees je ze elke ochtend hardop voor aan jezelf 😉*.

## 5 principes

Er zijn vijf principes van toepassing als het gaat om mensen en het wel of niet doen van vrijwilligerswerk:

1. Vrijwilligerswerk is gevoel
2. Het gaat niet om jou als organisatie
3. Ieder mens is anders
4. Tijd is kostbaar
5. Mensen zijn onzeker

## Opdracht

1. Je hebt zelf vast wel eens vrijwilligerswerk gedaan. En neem anders een sport of hobby. Kun je zien hoe de principes voor jou ook van toepassing zijn?

## Oude versus het nieuwe werven

Vroeger was het makkelijk. Mensen deden vrijwilligerswerk omdat het zo hoorde en vaak bleven ze dan lange tijd bij hetzelfde vrijwilligerswerk. Tegenwoordig is dat anders. Mensen willen zich wel inzetten, maar het moet passen binnen hun leven en ze moeten er blij van worden. Daarom is het nodig om de manier waarop je vrijwilligers werft verandert.

Het oude werven:

1. Je hebt iemand nodig.
2. Je schrijft een vacature waarin staat wat ze moeten doen.
3. Je plaatst de vacature op de website, vacaturesite en social media.

Het nieuwe werven:

1. Je hebt iemand nodig.
2. Je onderzoekt wat je precies vraagt vanuit het perspectief de vrijwilliger: taken, tijden, eisen, waarden.
3. Je bedenkt welk type persoon het beste past.
4. Je bedenkt welke motieven aansluiten bij de functie.
5. Je bedenk welke twijfels iemand kan hebben.
6. Je schrijft een geweldige vacature waar alles in samenkomt.
7. Je plaatst de vacature op de website, vacaturesite en social media.

## Opdracht

Ga naar een vacaturewebsite, bekijk een paar vacatures en merk op of de werving op een ‘oude’ of ‘nieuwe’ manier gedaan is.

* Is je na het lezen van de vacature duidelijk wat je precies gaat doen (zie je het voor je?)
* Merk je bij het lezen dat vooral een bepaald type mens zich aangesproken zal voelen?
* Lees je duidelijk wat je ervoor terugkrijgt?
* Krijg je een goed gevoel en ook vertrouwen dat het een fijne plek is?

Als je meerdere vacatures bekijkt dan gaan je de verschillen opvallen. Sommige zijn al best goed en vaak zit het er tussenin. Door vacatures van anderen te bekijken, krijg je ook inzicht in je eigen aanpak.

Afbeelding met tekst, persoon

Automatisch gegenereerde beschrijving

# MODULE 2 – ONDERNEMERSCHAP

## Begin met een plan

Vrijwilligers voor jou zijn wat klanten voor bedrijf zijn. Je kan hopen dat ze vanzelf komen. Maar beter is het om te werken met een plan. Vooraf doelen bepalen en dan manieren vinden om meer mensen te bereiken.

## Opdracht

Doorloop onderstaande stappen om tot een plan te komen. Het hoeft niet perfect dus ga er niet uren aan werken. 80% is goed genoeg.

*Deel 1 - Bereken hoeveel vrijwilligers je het komende jaar nodig hebt?*

1. Kijk na hoeveel vrijwilligers er gemiddeld per jaar stoppen (corona niet meegerekend)
2. Kijk na hoeveel nieuwe hulpvragen er jaarlijks gemiddeld binnen komen. Dit geldt vooral als het om vrijwilligerswerk met mensen gaat (maatjes).
3. Neem evenementen of bijvoorbeeld de start van een nieuwe locatie ook mee.
4. Tel alles bij elkaar op.

## ​Voorbeeld 1

Er werken 50 vrijwilligers bij jouw stichting. Daarvan stoppen er gemiddeld zeven per jaar. Het komend jaar wordt er een nieuwe afdeling geopend waar zes extra vrijwilligers nodig zijn. Je moet dan in ieder geval dertien nieuwe mensen gaan werven.

7+6=13 nieuwe vrijwilligers nodig

## Voorbeeld 2

Er werken 130 vrijwilligers bij jouw organisatie en daarvan stoppen er 25 per jaar. Daarnaast krijg je gemiddeld 20 nieuwe hulpvragen voor een maatje. Daar zijn twintig vrijwilligers voor nodig. Misschien vijf extra omdat niet alle matches lukken. Jouw doel is 50 nieuwe vrijwilligers.

25+20+5=50 nieuwe vrijwilligers nodig

*Deel 2 - Werk de getallen uit in een jaarplan*

Je weet hoeveel vrijwilligers je wilt werven. En je hebt een leeg jaar in het vooruitzicht. Schrijf alle maanden onder elkaar. Bedenk aan de hand van je eigen ervaring en planning hoeveel vrijwilligers je in elke maand ongeveer wilt binnenhalen.

## Voorbeeld

April en september zijn misschien goede maanden waarin je meer kunt werven. Of in juni heb je een evenement waarvoor je mensen nodig hebt. Hou ook rekening met periodes waarin minder mensen zich aanmelden, zoals in de zomervakantie en rond kerst.

Zo schuif je met aantallen tot het klopt en realistisch is. Neem het plan over in je eigen agenda zodat je ook werkelijk ruimte hebt om aandacht te besteden aan de werving.

## Weet wat je te bieden hebt

Voordat je echt gaat werven is het belangrijk dat je weet wat je te bieden hebt. Wat het vrijwilligerswerk inhoudt, wat het waardevol maakt en waarom iemand er gelukkig van zou kunnen worden. De eerste stap hierin is weten wat het vrijwilligerswerk precies inhoudt.

## Opdracht

Stel de volgende vragen over het vrijwilligerswerk alsof je zelf interesse hebt:

1. Wat ga ik doen? Hier gaat het om het concreet maken van het vrijwilligerswerk. Kan ik het voor me zien? Schrijf het op zoals je het zou uitleggen aan je buurvrouw.
2. Waarom is dat leuk of belangrijk? Hier gaat het weer om het gevoel. Wat draagt iemand bij door het vrijwilligerswerk en wat krijgt iemand ervoor terug? Waarom zou iemand zijn kostbare vrije tijd hieraan willen besteden?
3. Wat moet ik kunnen? Hier gaat het om de twijfels die iemand zal hebben. Ben ik wel geschikt voor het werk? Beschrijf hier ook wat voor type je moet zijn dus niet alleen maar de vaardigheden. (Bij de les over doelgroep gaan we hier verder op in)

## Ken je doelgroep en motieven

We vinden het moeilijk om ons op één type persoon te richten want we willen niemand uitsluiten. Maar de ideale vrijwilliger voor de plaatselijke reddingsbrigade is anders dan de ideale vrijwilliger voor een zorgcentrum.

## Opdracht 1

Ga in gedachten langs alle mensen die je kent en kijk of er iemand is die qua type geschikt zou kunnen zijn voor jouw vrijwilligersvraag. Dat kan een bestaande vrijwilliger zijn, je oom of buurvrouw. (Het hoeft niet iemand te zijn die het daadwerkelijk gaat doen). Wat maakt dat deze persoon geschikt is? Welke eigenschappen, kennis en kunde?

Bedenk ook hoe deze persoon aangesproken wil worden. Lief of stoer, uitgebreid of kort en bondig, met humor? Misschien kun je ook al bedenken wat hij of zij belangrijk zou vinden.

## Opdracht 2

Uit onderzoek naar de redenen dat mensen vrijwilligerswerk doen zijn zeven hoofdmotieven naar voren gekomen:

* Carrièregerichte motieven;
* Normatieve motieven;
* Sociale motieven;
* Leermotieven;
* Beschermingsmotieven;
* Kwaliteitsmotieven;
* Pleziermotief;

Kruis vijf motieven aan die het meest van toepassing zijn op jouw vacature. Vertaal de motieven naar waarden: Je gaat, je krijgt, je leert, je ontmoet. Hiermee vorm je al de basis van je vacature.

Afbeelding met persoon, gebouw, buiten

Automatisch gegenereerde beschrijving

# MODULE 3 – CREATIVITEIT

## Vacaturetekst schrijven

Hoewel persoonlijk vragen of iemand wil komen helpen nog het meeste effect heeft is een vacature het centrale uitgangspunt voor het werven van vrijwilligers. Daarom is het belangrijk dat je teksten schrijft die aanspreken, een beeld scheppen en een verhaal vertellen.

Elke vacature (kort of lang) is opgebouwd uit vier onderdelen: titel, inleiding, inhoud, profiel.

## Opdracht

Maak een start met het schrijven van een vacature. Kies hiervoor een vacature die openstaat of bedenk er een die vaker voorkomt. Gebruik de voorbeelden hieronder als inspiratie.

Titel

*Doel = opvallen en de aandacht trekken.*

Jij / Wij

* Jij: een gastvrije leukerd. Wij: een wijkcentrum met een lege balie.
* Gezocht: Relaxte wandelaar die onze bewoners in beweging krijgt.
* Verwilderde tuin zoekt hark met groene vingers ;-)

Cijfers

* 8 mensen in een rolstoel die naar buiten willen. Duw jij er ook een?
* 15 soorten groenten wachten op jou om geoogst te worden.
* Met 2 kopjes koffie en een gesprekje maak jij het verschil bij onze ouderen.

Opgesomd

* Hutspot, pasta en couscous, word jij onze nieuwe kok?
* Koffie, koekjes en een glimlach toe. Wat wil je nog meer?
* Handig, hulpvaardig en in voor een grapje. Dat zoeken we in onze ....

## Inleiding

*Doel = brug naar inhoud.*

Ondertitel

* TITEL: Er zijn 3 manieren om onze cliënten aan het wandelen te krijgen.
* ONDERTITEL: Met humor, als uitdaging of met het vooruitzicht van een koekje na afloop. Succes verzekerd!

Jij eerst

* Jij zet je graag in voor....
* Ben jij op zoek naar…?
* Lijkt het jou leuk om …?

Verhaal

* Mevrouw Jansen zit achter het raam en kijkt verdrietig naar buiten. Ze is eenzaam en wil graag de deur uit. Maar alleen redt ze dat niet.
* Vandaag staat er maaltijdsoep op het menu. Makkelijk om voor 12 personen te koken én erg lekker.

## Inhoud

*Doel = potentiële vrijwilliger de informatie geven waar hij behoefte aan heeft.*

Concreet

* Dit is wat je gaat doen: …
* Jouw dag begint met …
* Wat het werk precies inhoudt? …

Plaatjes

* Niet: Je doet het transport. Wel: Onze bus staat op je te wachten.
* Niet: Gezelschap houden. Wel: Gezellig een bakkie koffie doen.

Twijfels

* Er is begeleiding aanwezig.
* Voor ... wordt gezorgd.
* Kun je een keer niet? Geen probleem.

## Profiel

*Doel = Om te bepalen of de vrijwilliger en jouw vrijwilligersvraag bij elkaar passen.*

Wij vragen

* Voor deze klus zoeken wij iemand die ...
* Pas jij in dit profiel?
* Herken jij jezelf hierin?

Wij bieden

* Dit krijg jij er allemaal voor terug:
* Dit maakt het leuk voor jou:
* Waarom het voor jou interessant is:

Actie

* Dus ben jij de persoon die …? Kom vandaag nog bij ons langs.
* Zie jij jezelf op deze plek? Mail om een afspraak te maken.
* Smaakt dit naar meer? Bel snel naar: ...

## Variaties maken

Door variaties te maken kun je je vacature vaker zichtbaar laten worden en op verschillende manieren te laten zien. Voor het maken van variaties kun je gebruik maken van foto’s, video’s, quotes en meer.

## Opdracht

Maak een lijstje met manieren om variaties te maken van jouw vacature. Als het gaat om het gebruik van foto’s of video’s kun je er meerdere bedenken. Bijvoorbeeld een video waarin een vrijwilliger aan het woord is of een video over een activiteit.

## Verspreiden

Om te zorgen dat zoveel mogelijk mensen jouw vacature zien, deel je hem op zoveel mogelijk plekken. Deze plekken moeten natuurlijk wel relevant zijn.

## Opdracht

Vink in de lijst hieronder aan waar je je vacature (of een flyer over jouw stichting) kunt uitzetten.

* Je eigen website
* De lokale vacaturebank Mooiwerk.nl
* In de supermarkt
* Op social media
* Weekblad: Bredavandaag of Indebuurt
* Persbericht met oproep in De Bode
* Raamvacatures
* Nextdoor
* Wijk of buurthuis
* De bibliotheek 'nieuwe Veste'
* Bredase scholen zoals BUAS en Avans (als je jongeren zoekt)
* Je wijk-website
* Stadskantoor/ UWV
* …

Afbeelding met tekst, binnen, tafel, rommelig

Automatisch gegenereerde beschrijving

# MODULE 4 – ZICHTBAARHEID

## Sexy organisatie

Mensen zijn sociale wezens die gevoelig zijn voor wat hun vrienden belangrijk vinden. Ze willen trots vertellen bij welke geweldige stichting ze vrijwilligerswerk doen. Daarom is het goed om te bekijken of jouw organisatie nog aantrekkelijker kan worden. Om even een vergelijking te doen, welk bedrijf is aantrekkelijker: Bol.com Cool Blue?

## Opdracht

Wat zijn sterke punten en minder sterke punten van jouw organisatie? Kijk hierbij naar uiterlijke zaken zoals huisstijl en teksten, maar ook naar processen, snelheid van reageren en zelfs het gebouw waarin je zit.

|  |  |
| --- | --- |
| Aantrekkelijk *(hip of sexy mag ook 😉)* | Niet zo aantrekkelijk |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

## Profileren

Profileren is iets dat veel vrijwilligersorganisaties lastig vinden. Maar in tegenstelling tot wat veel mensen denken, is profileren niet moeilijk. Sterker nog, we doen het de hele dag door.

## Opdracht

Waar haal je tot nu toe de meeste vrijwilligers vandaan? Hoe kun je zorgen dat je op die plekken nog meer zichtbaar bent. Probeer zicht te krijgen op wat het beste werkt voor jouw organisatie en het vrijwilligerswerk.

## Social proof

Als het gaat om besluitvorming kijken we als mensen om ons heen naar wat anderen doen. Dit principe kun je gebruiken om mensen aan te trekken. Laat daarom bewijs zien dat gebracht is door andere mensen.

## Opdracht

Hieronder heb ik voorbeelden genoemd van manieren waarop je social proof kunt inzetten. Bedenk per voorbeeld een manier waarop jij dit kunt gebruiken. En zet meteen de eerste actie uit, mail bijvoorbeeld een trouwe vrijwilliger of zoek wat cijfers op die je kunt gebruiken.

* Zet quotes van vrijwilligers op je website, je social media en in flyers. Maar ook in informatieboekjes.
* Gebruik cijfers. Sluit je aan bij de 300 vrijwilligers die al bij ons zijn. Doe het samen met de vijf andere enthousiastelingen van ons team.
* Vraag blije vrijwilligers naar hun ervaringen, het liefst op video. Zorg dat je verschillende types hebt zodat mensen zich kunnen herkennen. (Tip: studenten van bijvoorbeeld Hogeschool Avans kunnen dit voor een schoolopdracht uitvoeren. Of zet stagiaires hiervoor in, heb je meteen een jonge vrijwilliger)
* Geef mensen een blik achter de schermen en laat ze de menselijke kant zien van de organisatie. (Tip: zet een vraag uit bij BredaNu om je hiermee te helpen)

Afbeelding met persoon, buiten

Automatisch gegenereerde beschrijving

# MODULE 5 – BETROUWBAARHEID

## Vrijwilligersreis

De vrijwilligersreis is de reis die een potentiële vrijwilliger onderneemt op weg naar vrijwilligerswerk. Tijdens deze reis komt de vrijwilliger langs contactmomenten. Jij hebt invloed op deze contactmomenten en kunt ervoor zorgen dat ze zo positief mogelijk ervaren worden.

Opdracht   
Kun je inschatten hoe iemand jouw organisatie ervaart? Schrijf per punt op wat je zou kunnen verbeteren. Maak hier een project voor de lange termijn van.

* Als iemand voor het eerst over jouw organisatie hoort (positief of negatief?).
* Als iemand een vrijwilligersvacature van jouw organisatie leest (positief of negatief?).
* Als iemand jouw website bekijkt (positief of negatief?).
* Als iemand jouw social media-accounts bekijkt (positief of negatief?).
* Als iemand zich aanmeldt voor jouw nieuwsbrief (positief of negatief?).

## Intakegesprek

Tijdens het intakegesprek kan er nog van alles misgaan. De vrijwilliger is nog niet binnen dus een fijne kans om een geweldige ervaring te bieden.

## Opdracht

Loop onderstaande checklist langs om jouw organisatie te beoordelen met als hoofdvraag: hoe ervaren vrijwilligers het intakegesprek?

*Checklist intakegesprek*

* Is de ruimte aantrekkelijk
* Wordt er goed naar de wensen van de vrijwilliger geluisterd?
* Worden hulpvragen gedoseerd aangeboden (geen ellenlange lijst)
* Wordt duidelijk verteld wat de vrijwilliger kan verwachten?
* Wordt aangegeven hoe het inwerktraject er globaal uitziet?
* Wordt aangegeven wat de vrijwilliger kan doen als het toch tegenvalt?
* Krijgt de vrijwilliger de tijd om na te denken voordat hij ja zegt?

Tip: als het vrijwilligerswerk uitdagend kan zijn, bespreek dit dan ook. Beter goed voorbereid dan een vrijwilliger die na een paar weken teleurgesteld weer weggaat.

## Aanmeldprocedure

Yes, de vrijwilliger heeft ja gezegd! Dan is het zaak om te zorgen dat je voor een 'zachte landing’ zorgt. Geef de vrijwilliger het gevoel dat hij welkom is.

## Opdracht

Loop onderstaande checklist langs om jouw organisatie te beoordelen met als hoofdvraag: hoe ervaren vrijwilligers de aanmeldprocedure?

*Checklist aanmeldprocedure*

* Krijgt de vrijwilliger voldoende informatie mee over de organisatie (maar niet overweldigend veel)?
* Krijgt de vrijwilliger uitgelegd hoe de eerste dienst gaat verlopen (waar moet je zijn, wie begeleid je, wat heb je nodig)?
* Ligt alles wat de vrijwilliger nodig heeft ook op tijd klaar? (Tip: maak er een leuk pakketje van)
* Is de VOG snel aangevraagd?
* Is toegang tot systemen snel geregeld
* Heeft een eventuele begeleider duidelijke instructies gekregen? (Tip: vraag aan begeleiders welke vragen zij het meest krijgen van vrijwilligers. Dan kun je die al vooraf beantwoorden.

Tip: Met een E-learning kun je de vrijwilliger al voorbereiden op het werk. De vrijwilliger voelt zich dan al meer zelfverzekerd omdat het niet helemaal nieuw is.

Afbeelding met binnen, verjaardag, versierd, kleurrijk

Automatisch gegenereerde beschrijving

Alle opdrachten gedaan? Gefeliciteerd, jij bent klaar om nieuwe vrijwilligers binnen te halen!

INHOUD

*Werkboek*

TITEL

INLEIDING

INHOUD

PROFIEL

Afbeelding met persoon, buiten, meisje, menigte

Automatisch gegenereerde beschrijving

# TITEL

**Doel = opvallen en de aandacht trekken.**

## Jij / Wij

* Jij: een gastvrije leukerd. Wij: een wijkcentrum met een lege balie.
* Gezocht: Relaxte wandelaar die onze bewoners in beweging krijgt.
* Verwilderde tuin zoekt hark met groene vingers ;-)

## Cijfers

* 8 mensen in een rolstoel die naar buiten willen. Duw jij er ook een?
* 15 soorten groenten wachten op jou om geoogst te worden.
* Met 2 kopjes koffie en een gesprekje maak jij het verschil bij onze ouderen.

## Opgesomd

* Hutspot, pasta en couscous, word jij onze nieuwe kok?
* Koffie, koekjes en een glimlach toe. Wat wil je nog meer?
* Handig, hulpvaardig en in voor een grapje. Dat zoeken we in onze ....

# Schrijf hieronder jouw ideeën voor een titel:

Het hoeft niet perfect, schrijf alles op wat in je opkomt. Ook gekke dingen of titels die eigenlijk niet kunnen. Uit deze ideeën komen later nieuwe ideeën.

# INLEIDING

**Doel = brug naar inhoud.**

## Ondertitel

* TITEL: Er zijn 3 manieren om onze cliënten aan het wandelen te krijgen.
* ONDERTITEL: Met humor, als uitdaging of met het vooruitzicht van een koekje na afloop. Succes verzekerd!

## Jij eerst

* Jij zet je graag in voor....
* Ben jij op zoek naar…?
* Lijkt het jou leuk om …?

## Verhaal

* Mevrouw Jansen zit achter het raam en kijkt verdrietig naar buiten. Ze is eenzaam en wil graag de deur uit. Maar alleen redt ze dat niet.
* Vandaag staat er maaltijdsoep op het menu. Makkelijk om voor 12 personen te koken én erg lekker.

# Schrijf hieronder jouw ideeën voor de inleiding:

# INHOUD

**Doel = potentiële vrijwilliger de informatie geven waar hij behoefte aan heeft.**

## Afbeelding met persoon, kleurrijk, graffiti, staand Automatisch gegenereerde beschrijvingConcreet

* Dit is wat je gaat doen: …
* Jouw dag begint met …
* Wat het werk precies inhoudt? …

## Plaatjes

* Niet: Je doet het transport.

Wel: Onze bus staat op je te wachten.

* Niet: Gezelschap houden.

Wel: Gezellig een bakkie koffie doen.

## Twijfels

* Er is begeleiding aanwezig.
* Voor ... wordt gezorgd.
* Kun je een keer niet? Geen probleem.

# Schrijf hieronder jouw ideeën voor de inhoud:

Afbeelding met buiten, gebouw, persoon, mobiele telefoon

Automatisch gegenereerde beschrijving

# PROFIEL

**Doel = Om te bepalen of de vrijwilliger en jouw vrijwilligersvraag bij elkaar passen.**

## Wij vragen

* Voor deze klus zoeken wij iemand die ...
* Pas jij in dit profiel?
* Herken jij jezelf hierin?

## Wij bieden

* Dit krijg jij er allemaal voor terug:
* Dit maakt het leuk voor jou:
* Waarom het voor jou interessant is:

## Actie

* Dus ben jij de persoon die …? Kom vandaag nog bij ons langs.
* Zie jij jezelf op deze plek? Mail om een afspraak te maken.
* Smaakt dit naar meer? Bel snel naar: ...

# Schrijf hieronder jouw ideeën voor het profiel: