

Waar gaan we nu over praten?

- Wat willen we?
- Sterker dan anderen
- Wat doen we niet zo goed?
- Werkterrein
- Wat is er aan de hand in het werkterrein?
- Waar staan we voor?
- Communiceren in het werkterrein
- Social Media



Wat willen we eigenlijk ?

- Geef aan wat je wilt en waar je naartoe wilt
- Geef aan waar je goed in bent, waar je beter in bent dan anderen, en waar je niet sterk bent
- Bepaal markten, doelgroepen, en Jan en Ruud (mensen in je doelgroep)
- Stuur in waarden en normen (leefstijl)
- Bepaal hoe je je wilt positioneren, ten opzichte van andere zangkoren en ten opzichte van andere, concurrerende, activiteiten



Sterker dan anderen

- Waar zijn we goed in?
- Hoe kunnen we leden binden en boeien?
- Hoe kunnen we nieuwe leden vinden en lid maken?
- Denk altijd vanuit de prospect/suspects (het nieuwe lid), andere koren
- Onderzoek en vraag, projectie werkt meestal niet



Wat doen we niet zo goed?

- Welke zaken zijn bij ons niet geweldig geregeld ?
- Welke beperkingen levert dat op voor de beleving van onze leden
- Merken ook prospects en suspects het?
 - Vanuit jullie zelf
 - Vanuit suspect of prospect
 - Vanuit een concurrerend koor

P



Werkterrein

- Wat willen die leden nu eigenlijk
 - Wat zijn leuke leden en waarom?
- Welke leden willen ons aanbevelen en waarom?
- Welke groepen onderscheiden we binnen de leden?
- Verschillen behoeften per groep leden?
- Wie is ons publiek eigenlijk?
- Welke relevante ontwikkelingen zien we daar?



Markten of werkterreinen

- Leden, en binden en boeien
- Nieuwe leden aantrekken, en binden en boeien
- Vrienden van de Vereniging vinden, en binden en boeien
- Publiek vinden en laten terugkomen
- Organisaties vinden voor sponsoring
- Voortdurende nieuwe leden, vrienden, sponsors, publiek



Wat is er aan de hand in het werkkerrein

- Steeds oudere mensen
- Koren vergrijzen nog sneller
- Economie krimpend, meer werkdruk
- Nieuwe genres, repertoire
- Iedereen barst in zingen uit, maar:
 - Musicals
 - Pop muziek
 - Individueel
- Alle verenigingen hebben het moeilijk
- Presentatie belangrijker
- Kritisch op kosten



Waar staan we voor?

- Zakelijk als koor en als leden persoonlijk?
- Waarden en normen, serieus en gezellig?
- Omvang en ambitie?
 - Overleven, fuseren, zelfstandig
- Anders dan concurrenten?
 - Op welke aspecten
- En hoe gaan we dat nou in die markten of werkteerrenen vertellen?



Communiceren in je werkterrein

- Adverteren
 - doelgroepen
- Promotie
 - Image
 - Doelgroepen
- Public Relations
- Social Media
- Algemeen, uitwerking per medium, per doelgroep



Social Media

- Dingen gebeuren
- Gebeuren snel en flashy
- Bieden sfeer en beleving
- Zijn persoonlijk
- Human Interest
- Kort, we lezen niet
- Beelden zijn geschikter
- Kort schrijven wordt belangrijker



Social Media

- Web en mail voor marktbewerking al minder effectief
- Te statisch, weinig dynamisch, beetje outdated
- Je moet het wel blijven doen en aansluiten



Social Media voor Verenigingen

- Zeer geschikt
 - Relatief goedkoop
 - Snel en makkelijk
 - Sterk in sfeer en beleving
 - Saamhorigheid
 - Versterken onderlinge band
 - Film, geluid en tekst
 - Overall bereikbaar
 - Vrienden van ...



Waar kijken ze naar?

Hoe gebruiken ze je pagina

WHAT WE DESIGN FOR... THE REALITY...

Read

Read

Read

Read

[Pause for reflection]

Finally, click on a carefully chosen link

Look around feverishly for anything that

a) is interesting, or vaguely resembles what you're looking for, and

b) is clickable.

As soon as you find a halfway-decent match, click.

If it doesn't pan out, click the Back button and try again.

Schrijven

- Spelregels
- 1^{ste} woord het belangrijkste kernwoord
- De overige 2 in de 1^{ste} alinea
- Schrijf de titel op, kernwoorden bij de hand
- 5 minuten schrijven (EXACT)
- Zo snel als je kunt (zoals je spreekt)
- Verbeter niets en denk niet na!



Redigeren

Redigeren van de tekst minstens een dag later

- Meer spanning
- Meer precisie
- Beter leesbaar maken
- Fouten eruit
- Onnodige woorden eruit



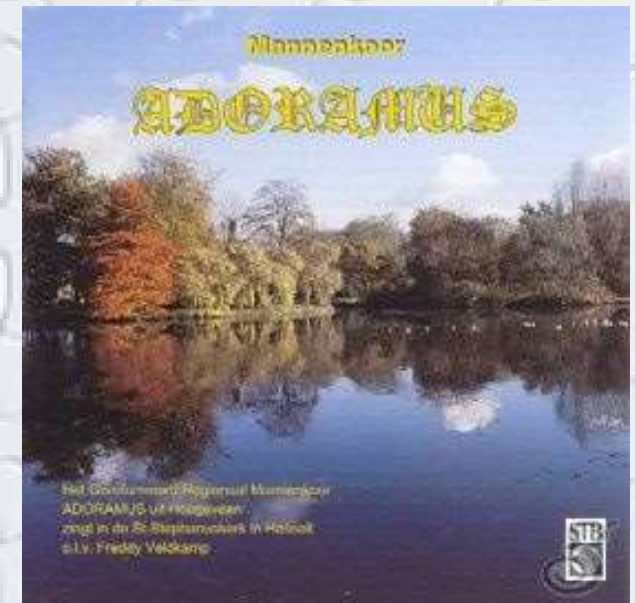
Inhoud

S= Situatie (Situation): Je kinderen een veel snacks, snoep en cola

P= Probleem (Problem): Je kinderen zijn te zwaar en bewegen te weinig

I= Implicatie (Implication): Als je er niets aan doet, dan leidt dat tot obesitas, hartkwalen etc.

N=Nodig (Need): Deze simpele methode om... Een dieetcoach om... Gezonde recepten etc.



ARA is ook een acroniem en staat voor:

A= Aanbod: Dit is wat ik voor je heb, een stap-voor-stap programma om gezond te eten en verantwoord af te vallen

R= Resultaat: Dit is wat je er mee kunt bereiken

A= Actie: Dit is wat je nu moet doen om het programma in je bezit te krijgen en te starten.

Samenvattend

- Maak keuzes en weet wat je wilt
- Probeer altijd die keuzes en wensen te communiceren in de look en feel van je doelgroepen.
- In social media ook nog naar het medium toegeschreven
- Wel aandacht voor maar geen zorgen over:
 - Kwaliteit schrijven
 - Kwaliteit foto's
 - Privacy
 - Controle

