

Toolkit

De Digitale Basis



Inhoud

-  [Urgentie digitaal beleid](#)
-  [Focus op proeftrainingen](#)
-  [SEO](#)
-  [Google advertenties](#)
-  [Digitaal inschrijven](#)



Inleiding

In deze Toolkit is alles te vinden over hoe je als vereniging meer leden krijgt, door online mogelijkheden te benutten. Uit het Nationaal Sportonderzoek van het Mulier Instituut blijkt dat als mensen willen gaan sporten 33% zich op het internet oriënteert naar een aantrekkelijke sportactiviteit en 34% via een zoekopdracht op internet op zoek gaat naar informatie. Als je online aanwezig bent, bereik je dus veel potentiële leden. In deze toolkit leggen we hiervoor een basis.

De afbeeldingen in deze toolkit zijn allemaal gemaakt met behulp van AI. Geheel in stijl van de toolkit dus, maar ook om te laten zien dat AI enorm kan helpen. Door afbeeldingen te maken, teksten voor je website te schrijven en wellicht zelfs een website te ontwikkelen!

"Ook het belang van een goede website willen we benadrukken. Zo hebben afgelopen jaar maar liefst 110 kinderen zich alleen al via onze website aangemeld voor een proefles."
benadrukt Arno Geul van HZC De Robben ([bron](#)).





Een vlotte start

Om een goede start te maken met het leggen van een digitale basis om leden te werven, is het goed om eerst de algemene zaken hieromtrent te regelen.

Het is goed om iemand verantwoordelijk te maken voor dit thema. En bij voorkeur iemand met kennis en/of affiniteit met het onderwerp die nog geen andere taken heeft binnen de vereniging. Wellicht is dit een mooie taak voor een jonger lid om actief te worden als vrijwilliger.

Maak op je website duidelijk wat jouw sportaanbod is. Als een term niet voor zich spreekt, leg dan uit wat het aanbod precies inhoudt. Laat al die verschillende afdelingen binnen je vereniging ook updates over hun afdeling doorsturen naar de beheerder van de website. Het is mooi om te laten zien wat jouw vereniging zoal doet en de informatie up to date is.

Vele handen maken licht werk, zeker als het werk leuk is. De jeugd is tegenwoordig niet weg te slaan en volop actief op social media als Instagram en TikTok. Geef vertrouwen en laat de jeugd het account voor de club beheren op deze kanalen. Het zal je verbazen hoe leuk de content is die ze maken. Het verhoogt hun betrokkenheid bij de vereniging en wie weet komen er opeens aanmeldingen binnen, omdat men op social media ziet hoe leuk de vereniging is!





Focus op proeftrainingen

Er zijn grofweg twee doelgroepen die de verenigingswebsite ieder voor hun eigen doel bezoeken:

- Verenigingsleden: op zoek naar informatie
- Niet-verenigingsleden: interesse in de vereniging

De eerste zal waarschijnlijk wat langer de tijd nemen om gericht te zoeken naar de gewenste informatie. De niet-verenigingsleden moeten we echter direct verleiden, bijvoorbeeld met gratis proeftrainingen. De homepage moet dus ingericht zijn op potentiële leden. Dit kan bijvoorbeeld met een grote afbeelding waarin gratis proeftrainingen gepromoot worden. Gebruik bijvoorbeeld één van de afbeeldingen die wij voor je gemaakt hebben, je kunt ze hier downloaden.



Link de afbeeldingen naar een pagina met beknopte informatie over de sport en de proeftraining, en plaats op deze pagina ook direct zichtbaar een inschrijfformulier waar men zich meteen kan aanmelden voor een proeftraining. Integreer hem in je website of richt het formulier in via bijvoorbeeld [Google Forms](#). Geef zo snel mogelijk opvolging aan de aanmeldingen die binnenkomen, bijvoorbeeld door terug te bellen of te mailen en de training in te plannen.

De potentiële leden naar het zwembad krijgen en mee laten doen aan je super leuke trainingen, is de eerste en belangrijkste stap op het gebied van ledenwerving.





SEO (Search Engine Optimization)

34% van de potentiële nieuwe sporters gaat op zoek via een zoekmachine. Via SEO zorg je dat je via zoekmachines, zoals Google, sneller gevonden wordt. Hierdoor komen meer mensen op je website en is de kans groter dat ze proeftrainingen gaan volgen. Het inzetten van SEO vraagt aandacht van iemand die handig is met websites. Zoek binnen de vereniging naar iemand die hier tijdelijk tijd in wilt steken. Wij hebben alvast wat actiepunten opgesteld:

- Registreer je bij Google Mijn Bedrijf https://www.google.com/intl/nl_nl/business/
- Vermeld de adresgegevens van jouw zwembad(en) op je website
- Onderzoek met welke zoekwoorden jouw website gevonden wordt.
 - Ga naar [deze website](#) en voer de website van jouw club in
 - Scroll naar onder naar 'SEO KEYWORDS'. Kies de relevante woordcombinaties waarmee je nog niet op #1 staat en verwerk deze enkele keren in teksten op jouw website.
 - Klik op 'Keyword onderzoek' en ga naar 'Keyword ideeën'. Kies relevante woordcombinaties die van toepassing zijn op jouw club. Verwerk deze in teksten op je website of wijdt er een complete pagina aan.
- Onderzoek hoe SEO-proof jouw website is via [deze website](#).
 - Laat je website checken. Er komt direct een actielijst uit. Deze is vrij technisch, het kan helpen om een websitebouwer in de club te zoeken die hiermee kan helpen.
- Zorg dat andere websites naar jouw website linken. Bijvoorbeeld door persberichten te delen met (lokale) nieuwswebsites, je website te laten plaatsen op de website van de gemeente, het zwembad en/of het lokale sportbedrijf.





Google advertenties

Nadat je jouw website verbeterd hebt om hoger zichtbaar te zijn in de zoekmachine resultaten, kan het weken duren voor de website ook daadwerkelijk hoger te zien. Een snelle oplossing is SEA, dit is Search Engine Advertising, oftewel: geld betalen om bovenaan de zoekmachine te staan. En als vereniging kan dat helemaal gratis via het [Google for Non Profit](#) programma van Google.

Registreer je via [deze link](#) voor het programma. Na afronding heb je toegang tot Google Ad Grants. Hierbij krijg je maandelijks ter waarde van \$ 10,000 aan gratis tekst advertenties in de Google resultaten.





Digitaal inschrijven

Een potentieel lid heeft je website gevonden en meegetraind. Dan is de laatste horde die genomen moet worden het daadwerkelijk lid worden. Deze drempel moet zo laag mogelijk zijn. Tijd om afscheid te nemen van het papieren inschrijfformulier dat men moet downloaden, invullen, inscannen en opsturen. Online aanmelden heeft meerdere voordelen:

- Het nieuwe lid kan het formulier snel invullen, dat is laagdrempelig
- De ledenadministratie kan geen fouten maken bij het overtypen en het bespaart ook nog eens veel tijd

In samenwerking met Sportlink hebben we een digitaal inschrijfformulier ontwikkeld. Je kunt alle informatie [hier](#) terugvinden. Heb je het online inschrijven mogelijk gemaakt? Dan kun je [hier](#) lezen hoe je ziet wie zich digitaal hebben aangemeld.

Maak je gebruik van de Club.Website applicatie van Sportlink? Dan kun je het digitale inschrijfformulier direct op de website plaatsen. Daarover vind je [hier](#) alle informatie.

Uiteraard kun je er ook voor kiezen zelf een online inschrijfformulier te ontwikkelen en op de website te plaatsen. Dan kan het nieuwe lid zich alsnog snel en gemakkelijk online aanmelden. Het kost vervolgens alleen de ledenadministratie iets meer tijd om de inschrijving goed te verwerken.

Welke optie je ook kiest, onthoud: maak het zo simpel mogelijk voor het nieuwe lid!





Goede voorbeelden

Goed voorbeeld doet volgen. Daarom hebben we enkele websites van verenigingen opgezocht die al hele goede elementen hebben staan op hun website.

HZC de Robben

Richt zich met hun website primair op het binnenhalen van nieuwe leden. De website ziet er niet alleen strak uit, maar op de homepagina word je al direct gelokt naar gratis proeftrainingen en/of goedkope zwemlessen.

<https://www.derobben.nl/>

De Dolfijn

De verschillende afdelingen worden direct heel duidelijk neergezet. En als je even scrollt zie je meteen, door middel van foto's van hun Instagram-account, hoe de sfeer op de vereniging is.

<https://dedolfijn.com/>

VZC Veenendaal

Op de homepagina zie je direct een video waarin je meteen ziet hoeveel plezier zwemmers bij VZC hebben. Niet alleen leuk om te zien, maar ook effectief, omdat we erg beeldend zijn ingesteld. Over de video heen is een knop geplaatst waar je je kunt aanmelden voor een gratis proefles. Dat valt op en trekt potentiële leden direct aan.

<https://vzcveenendaal.nl/>





Volgende stap

Aan de slag met een doelgroep

Na het volgen van de stappen in deze toolkit komen er meer potentiële leden naar jouw website toe en is het voor deze bezoekers laagdrempelig om deel te nemen aan een proefles en/of lid te worden van de club.

Nu is tijd om aan de slag te gaan om tijd te investeren in het aantrekken van een specifieke doelgroep naar jouw vereniging. Gebruik hiervoor de toolkits die we voor de verschillende doelgroepen ontworpen hebben en gaan ontwerpen.

Heb jij suggesties voor toolkits omtrent ledenwerving?

Laat het ons dan weten: ledenwerving@knzb.nl

