

Bijlage 3. Aandachtspunten bij het opstellen en verspreiden van wervingsmaterialen

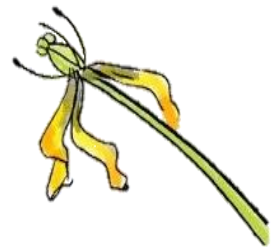
In bijlage 4 vind u voorbeelden van materialen die gebruikt kunnen worden bij de werving. Mocht u deze aan willen passen, houd dan rekening met onderstaande aandachtspunten.

Aandachtspunt bij het opstellen van wervingsmaterialen

- Geef informatie over:
 - o Waar / wanneer / tijd / duur.
 - o Dat er geen kosten aan de bijeenkomst verbonden zijn.
 - o Duidelijkheid over de vorm en inhoud van de informatiebijeenkomst (verwachtingenmanagement).
 - o Duidelijkheid over de doelgroep, bijv. ouderen, mantelzorgers, vrijwilligers, patiënten van een ziekenhuis, etc. (de bijeenkomsten zijn bedoeld voor ouderen, maar binnen deze doelgroep kunnen nog wel keuzes gemaakt worden).
 - o Niet confronterend, maar uitnodigend en laagdrempelig (geen moeilijke woorden, niet belerend), mooie uitstraling.
 - o Aanbevelen om samen met een naaste aanwezig te zijn (twee horen meer dan één).
 - o Indien van toepassing benoemen dat mensen een folder op kunnen halen en waar dit kan.
- Aanmeldstrook (zodat u het bezoekersaantal bij kunt houden).
- Indien van toepassing vragen naar mailadres en/of postadres voor het versturen van presentatie/samenvatting na bijeenkomst.
- Wervingsmaterialen en strategie aanpassen aan de doelgroep (bijvoorbeeld persoonlijk uitnodigen, afbeeldingen i.p.v. tekst).
- Bedenk bij het kiezen van het tijdstip en de dag de voor- en nadelen: bijeenkomsten kunnen in de winter het beste overdag (in de middag) worden gehouden (in plaats van 's avonds).
- Houd rekening met feestdagen en vakanties; veel ouderen gaan buiten het hoogseizoen op vakantie, sommige ouderen met een migratieachtergrond gaan een lange tijd terug naar land van herkomst tijdens de vakantie.

Mogelijke kanalen voor verspreiding (alleen voor bijeenkomsten die geen gebruik maken van een persoonlijke uitnodiging)

- Sleutelpersonen binnen uw eigen netwerk (bijvoorbeeld mensen betrokken bij het Netwerk Palliatieve Zorg, Café Doodgewoon, Centrum voor Levensvragen, mantelzorg organisaties, welzijnsorganisaties)
- Buurthuizen, bibliotheken, Centra voor Levensvragen, mantelzorgsteunpunt, verpleeg/verzorgingshuizen, welzijnsorganisaties
- Kerk, Moskee
- Vooral mond-tot-mond verspreiding (bijvoorbeeld vrijwilligers die hun cliënten uitnodigen of medewerkers van de thuiszorg die hun zorgvragers uitnodigen)
- Netwerk Palliatieve Zorg (site, nieuwsbrief)
- Interview of advertentie in krant / lokale huis-aan-huis bladen / blad van de lokale ouderenbonden



- Wachtkamerschermen in ziekenhuizen, apotheken en huisartspraktijken
- Lokaal TV kanaal
- Sociale Media (bijv. facebook)

Aansluiten bij bestaande bijeenkomsten

Het kan de opkomst verhogen wanneer aangesloten wordt bij bestaande bijeenkomsten (bijv. bijeenkomsten van de ouderenbond of een groep die maandelijks bij elkaar komt in een buurthuis of in de kerk/moskee). Dit kan mensen over de streep trekken die normaal gesproken niet snel uit zichzelf naar een bijeenkomst zullen gaan. Door aan te sluiten bij een al bestaande groep, kun je een dag en tijd gebruiken die de bezoekers toch al 'gereserveerd' hebben voor een gezamenlijke activiteit. Het is wel belangrijk om dit van tevoren aan te kondigen, bijvoorbeeld door een bijeenkomst in de week ervoor wat spreektijd te vragen, zodat mensen kunnen beslissen of ze gaan of niet.