

A photograph of a person's legs and feet as they walk down a set of blue stairs. The person is wearing bright orange sneakers with white soles and black socks. The stairs have a textured, diamond-patterned surface. The background is a bright, slightly blurred outdoor setting.

E-BOEK T-WAVE  
HOE OP 5 JAAR TIJD  
GROEIEN MET 50 % NIEUWE  
VRIJWILLIGERS?

**WALTER VAN WOUWE**

GRAFISCH ONTWERP: MAXIM ROOSE

---

Ontdek welke elementen de kansen vergroten om nieuwe vrijwilligers te zoeken en te vinden. We bieden je drie inspirerende modellen aan om succesvol nieuwe vrijwilligers te vinden: vissen, jagen, sluipschieten.

# INHOUD



Leerfragment 1: Enkele **aandachtspunten** om succesvol nieuwe vrijwilligers aan te trekken.

Leerfragment 2: Bouw een **groeicel** en maak een **plan** om succesvol te rekruteren.

Leerfragment 3: Pas de methode van het **vissen** toe.

Leerfragment 4: Pas de methode van het **jagen** toe.

Leerfragment 5: Kies voor de **sluipschutter** aanpak.

---

# ***LEERFRAGMENT 5***

De sluipschutter aanpak

---

# INHOUD

---

## LEERFRAGMENT 5

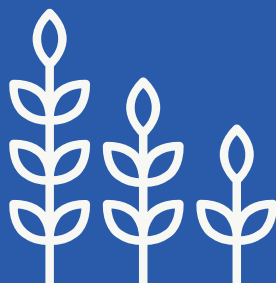
1. GROEICEL OVERLEGMOMENT
  2. BOUWSTENEN VAN DE STARTVERGADERING
  3. DE VIJF STAPPEN VOOR HET VINDEN VAN NIEUWE VRIJWILLIGERS
- STAP 1: INVENTARIS
  - STAP 2: OP ZOEK NAAR NAMEN
  - STAP 3: KLAARMAKEN VOOR ACTIE
  - STAP 4: DE ACTIE
  - STAP 5: NAZORG EN EVALUATIEVERGADERING



# 1. GROEICEL OVERLEGMOMENTEN

---

EEN GOEDE GROEICEL DIE HET REKRUTERINGSBELEID OPVOLGT HEEFT TWEE AANDACHTSVELDEN.



1. Bij het begin van het werkjaar om het groeiplan uit te rollen met aandacht voor vissen, jagen en sluipschutter spelen... Hierrond worden verschillende afspraken gemaakt.

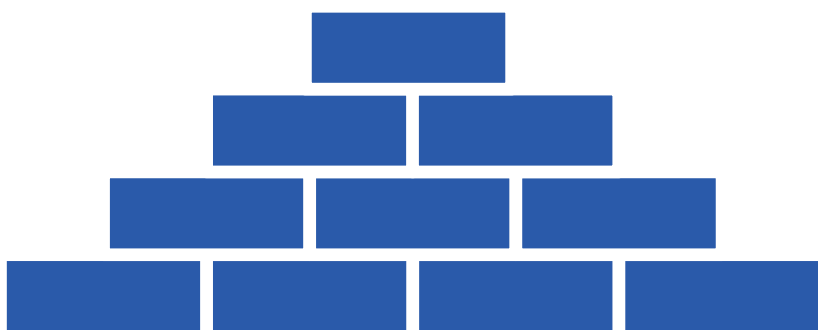
2. Het tweede aandachtsveld is het organiseren van de sluipschutteractie. Hiervoor kies je een actiemaand die je vastlegt in je jaarplanning. Je kan dan werken met een uitgebreide groeicel (groeicel XL) die in het begin van deze maand samenkomt voor een lanceringsvergadering en op het einde van de maand voor een evaluatievergadering.

*De sluipschutter methode die we gaan voorstellen is al door verschillende vrijwilligersorganisaties met succes gebruikt...*

## 2. BOUWSTENEN VAN DE STARTVERGADERING

---

STEL EEN GROEICEL XL SAMEN WAARBIJ  
JE JOUW TREKKERS VAN DE  
VRIJWILLIGERSWERKING SAMENBRENGT  
AANGEVULD MET VRIJWILLIGERS DIE  
HIER EEN TALENT VOOR HEBBEN.





### ***3. DE VIJF STAPPEN VAN DE SLUIPSCHUTTERAANPAK VOOR HET VINDEN VAN NIEUWE VRIJWILLIGERS***

---



# STAP 1

## MAAK EEN INVENTARIS VAN DE VACATURES VAN DE VRIJWILLIGERS WAAR JE NAAR OP ZOEK BENT

HEB JE MEER LEDEN OF DEELNEMERS NODIG...ZO JA HOEVEEL EN  
VOOR WELKE ACTIVITEITEN? - VLINDERS



HEB JE MEER 'TAKERS' NODIG OF VRIJWILLIGERS DIE EEN BEPAALDE  
TAAK OP ZICH NEMEN OM DE WERKING TE VERSTERKEN? - KIKKERS



HEB JE MEER 'TREKKERS' (TEAMVRIJWILLIGERS) NODIG, MENSEN  
DIE VERANTWOORDELIJKHEID DRAGEN VOOR EEN BEPAALD  
ONDERDEEL VAN DE WERKING MAAR MET EEN HELIKOPTER  
OVERZICHT? -  
VOGELS



HEB JE VRIJWILLIGERS NODIG IN EEN VERTEGENWOORDIGENDE- OF  
BELEIDSFUNCTIE OP REGIONAAL OF NATIONAAL NIVEAU? -  
OOIEVAARS





# TAKERS (KIKKERS)

*Voor welke taken heb je versterking nodig -  
omschrijf het concreet:*

*Welke talenten heb je nodig voor deze  
verschillende taken (omschrijf):*

*Hoeveel tijd per maand vraagt dat:*



# TREKKERS (VOGELS)

*Voor welke teamtaken heb je versterking nodig -  
omschrijf het concreet:*

*Welke teamtalenten heb je nodig voor deze  
verschillende taken (omschrijf):*

*Hoeveel tijd per maand vraagt dat:*



# VERTEGENWOORDIGERS (OOIEVAARS)

*Voor welke functies op regionaal of nationaal niveau heb je versterking nodig - omschrijf het concreet:*

*Welke talenten heb je nodig voor deze functie (omschrijf):*

*Hoeveel tijd per maand vraagt dat:*



# STAP 2

## OP ZOEK NAAR NAMEN

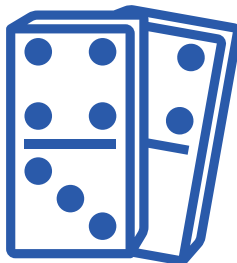
***BIJ DE VRAAG 'WIE KAN JE AANSPREKEN' VOLGT VAAK EEN OPRECHTE STILTE.***

*'WE HEBBEN AL VAN ALLES GEPROBEERD, JE WEET NIET HOE LASTIG HET IS' IS EEN VAAK GEHOORDE REACTIE ALS JE NAMEN VRAAGT VAN MENSEN DIE JE ZOU KUNNEN AANSPREKEN.*



***MAAR VAAK NA ÉÉN NAAM KOMEN ER NOG - HET DOMINO-EFFECT.***

*ZOEK HET IN JE TWEDE RELATIECIRKEL DICHTBIJ. NIET DIRECT IN JE THUISCIRKEL MAAR WEL IN JE TWEDE CIRKEL BESTAANDE UIT FAMILIE, VRIENDEN, BUREN, COLLEGA'S, KENNISSEN...(JE ADRESSELIJST IN JE SMARTPHONE)*



# STAP 3

## KLAARMAKEN VOOR ACTIE

### **WIE BEZOECT WIE**

IDEAAL IS EEN HUISBEZOEK OF CONTACTBEZOEK...DOE DIT HET LIEFST MET TWEE. EEN VAN DE TWEE HEEFT EEN WARM CONTACT MET DE PERSOON DIE JE WIL AANSPREKEN EN GEEFT DE VOORZET. EEN ANDER NEEMT DE ROL VAN SPITS OP ZICH DIE ZAL PROBEREN SCOREN. SOMMIGE VRIJWILLIGERS HEBBEN EEN NATUURTALENT OM ANDEREN TE OVERTUIGEN OM MEE TE DOEN. MAAR JE KAN HET SNEL LEREN DOOR TE OEFENEN.

WE KIEZEN HIERVOOR EEN GERICHTE ÉÉN OP ÉÉN AANPAK MET EEN GOED VOORBEREIDE FOCUS. DAAROM NOEMEN WE DIT DE SLUIPSCHUTTER AANPAK...(BIJ WIJZE VAN SPREKEN).

### **KORT CONTACT**

WE STELLEN VOOR DAT JE DE NIEUWE KANDIDAAT VRIJWILLIGER VRAAGT OF ZIJ OF HIJ 10 MINUTEN HEEFT VOOR EEN BEZOEKJE. HOU HET KORT EN PROBEER BINNEN 10 MINUTEN JOUW VOORSTEL OF VRAAG VOOR VRIJWILLIGERSWERK OF LIDMAATSCHAP OP EEN JUISTE MANIER AAN TE BRENGEN...



# **GEBRUIK HIERVOOR DE OPA-METHODE**



**1**

## **STAP 1**

**JE PROBEERT RUSTIG TE OPENEN DOOR BRUGJES TE LEGGEN. DE PERSOON DIE HIER DE PERSOON KENT HEEFT HIERBIJ DE HOOFDROL. MAAR DOE DIT NIET TE LANG. GEEF OP HET JUISTE MOMENT EEN VOORZET NAAR DE VOLGENDE STAP: PRESENTEREN.**



**2**

## **STAP 2**

**ZORG DAT JE GOED VOORBEREID EN KORT AAN DE HAND VAN EEN PRESENTATIE OF EEN REEKS FOTO'S MET KERNTKSTEN DE VISIE EN MISSIE VAN JE VERENIGING KAN HELDER MAKEN. GEEF OOK EEN GOED BEELD AAN DE HAND VAN FOTO'S VAN DE HUIDIGE WERKING. PLAATS DAN BINNEN DAT KADER HEEL HELDER JE VRAAG.**



**3**

## **STAP 3**

**VERGEET NIET OM AF TE SLUITEN: JE LEGT HET INITIATIEF TERUG BIJ DE PERSOON DIE JE BEZOECT. WAT DENK JE VAN HET VOORSTEL?**

## **3 MOGELIJKE ANTWOORDEN: "WAT DENK JE VAN HET VOORSTEL?"**

**1**

***JA: DAT LIJKT ME EEN GOED VOORSTEL - IEDEREEN TEVREDEN, ER IS EEN MATCH.***

**2**

***NEEN: FIJN DAT JE KWAM MAAR IK HEB NU GEEN TIJD/ IK ZIE HET NIET ZITTEN... JE HEBT NOG TWEE KAARTEN ONDER TAFEL:***

**A**

***MAG IK VRAGEN WAAROM? ALLE OREN OPEN WANT HIER KAN JE GOUDEN INFORMATIE KRIJGEN VOOR DE TOEKOMST: TE ZWAAR ENGAGEMENT, JE ORGANISATIE HEEFT EEN IMAGOPROBLEEM...***

**B**

***ALLE BEGRIP MAAR KEN JIJ SOMS IEMAND ANDERS DIE WE MOGEN AANSPREKEN (VRAGEN NAAR LEADS). EN SOMS KRIJG JE HEEL INTERESSANTE NIEUWE VOORZETTEN.***

## **3 MOGELIJKE ANTWOORDEN: "WAT DENK JE VAN HET VOORSTEL?"**

### **WANNEER MENSEN NIET ZEKER ZIJN**



3

ALS MENSEN HET NOG NIET WETEN...HET HIER DAN NIET BIJ LATEN. ANDERS ZAL DIT BIJ TOEKOMSTIGE ONTMOETINGEN ALTIJD WAT LASTIG AANVOELEN.

PROBEER EEN DEADLINE AF TE SPREKEN WAARBINNEN JIJ TERUG CONTACT OPNEEMT OM TE HOREN WAT DE KEUZE IS. BV. IK ZAL JE NOG EVEN BELLEN OVER VEERTIEN DAGEN IN ALLE VRIJHEID. PROBEREN AFRONDEN MET EEN JA OF EEN NEEN.



# STAP 4

## TIJD VOOR ACTIE BEZOEK ALS TANDEM DE VERSCHILLENDE KANDIDAAT VRIJWILLIGERS MET DE OPA-METHODE IN JE ACHTERHOOFD.

### **NOG ENKELE TIPS VOOR CONTACTBEZOEKEN**

STRAAL **POSITIEVE ENERGIE** UIT EN STA ACHTER JE VERHAAL.

LAAT EEN **EENVOUDIGE FOLDER** ACHTER MET DE KERN OP VAN JE VRAAG NAAR VRIJWILLIGERSWERK.

GEMIDDELD HEB JE **ÉÉN** DIRECT POSITIEVE REACTIE OP 10 CONTACTEN.

**ELKE CONTACT DAT JE MAAKT IS ALTIJD GEWONNEN.** MENSEN ZULLEN JE ENTHOUSIASME WAARDEREN EN DAT VAAK DOORVERTELLEN IN HUN NAASTE OMGEVING. LOS VAN HET DIRECTE RESULTAAT IS HET ÉÉN VAN DE BEST MOGELIJKE PR-ACTIES VOOR JE VERENIGING.

**HERHAAL** DEZE METHODE JAARLIJKS, VAAK PAS NA 3 JAAR IS ZE HEEL EFFECTIEF.

HOE VAKER JE DIT DOET, HOE MEER **JE GEVOELIGHEID ZAL GROEIEN IN HET VERZAMELEN VAN INTERESSANTE MOGELIJKE VRIJWILLIGERS** WAARDOOR OOK DE POSITIEVE REACTIE OP JE VRAAG ZAL TOENEMEN.

# STAP 5

## NAZORG

***CONTACTEER NIEUWE VRIJWILLIGER OPNIEUW ENKELE DAGEN VOOR DE ACTIVITEIT WAAROP JE HEM/HAAR HEBT UITGENODIGD.***

EEN DRIETAL DAGEN VOORDAT DE NIEUWE VRIJWILLIGER VERWACHT WORDT OP EEN ACTIVITEIT NODIG JE HAAR OF HEM NOG EENS EXTRA VRIENDELIJKE UIT. DEZE ACTIVITEIT ZIT NOG NIET IN DE ROUTINE VAN DE NIEUWE VRIJWILLIGER.

***BIJ EEN POSITIEVE REACTIE IS HET BELANGRIJK ERVOOR TE ZORGEN DAT DE NIEUWE VRIJWILLIGER ZIJN WEG VINDT IN JE VERENIGING...***

NEEM TIJDELIJK DE ROL VAN METER OF PETER OP EN VRAAG NA EEN EERSTE KENNISMAKING MET DE WERKING ALTIJD OF HET MEEGEVALLEN IS. VRAAG UITDRUKKELIJK NAAR FEEDBACK EN GA VERDER IN DIALOOG. STEL DE VRIJWILLIGER OOK VOOR AAN DE ANDERE VRIJWILLIGERS ZONDER ER TE VEEL DRUK OP TE LEGGEN.



# **EVALUATIEVERGADERING**

---

## **OP HET EINDE VAN DE CAMPAGNEMAAND**

IEDEREEN LAAT HIER WETEN HOE DE CONTACTEN VERLOPEN ZIJN EN WAT DE RESPONS OP DE VOORSTELLEN WAS. EEN SOS-PIET MOMENT WAARIN JE SAMEN OP ZOEK GAAT NAAR STERKE PUNTEN EN GROEIPUNTEN VOOR DE VOLGENDE REKRUTERINGSACTIE.

## **MAAK ER EEN LEUK MOMENT VAN..**

VOORZIE EEN MOMENT VAN WAARDERING VOOR IEDEREEN DIE HIER AAN MEE GEDAAN HEEFT. VAAK GAAN VRIJWILLIGERS HIER BUITEN HUN COMFORTZONE EN DAT VERDIENT ZEKER EXTRA WAARDERING.

## **SLUIT AF**

HET IS BELANGRIJK OM DE SLUIPSCHUTTER CAMPAGNE AF TE RONDEN, HOE HET RESULTAAT OOK WAS. VOLGEND JAAR IS ER EEN NIEUWE KANS. NU TERUG ALLE ENERGIE STUREN NAAR DE GEWONE WERKING EN ER SAMEN VAN GENIETEN.

# BEDANKT

om dit e-book te lezen.

Wil je graag onze andere **online modules** ontdekken?

Wil je graag ons interactief webinar rond dit thema meemaken of deelnemen aan ons **t-wave platform?**

Bezoek dan **[www.t-wave.be](http://www.t-wave.be)** en **schrijf je in op onze nieuwsbrief of voor één van onze webinars.**

Alle andere reacties en suggesties zijn van harte welkom: **[walter.vanwouwe@me.com](mailto:walter.vanwouwe@me.com)**