



De keuze voor een structurele aanpak

U heeft de keuze gemaakt om structureel te werven en niet eenmalig allerlei acties op te zetten. Dit betekent dat u vooraf goed in beeld brengt op wie u zich gaat richten. Met uw boodschap, met uw vraag, met uw aanbod.

Een **structureel wervingsbeleid** vraagt om goede afstemming: wie benaderen we met welke vraag? Wie is de afzender? En waarom benaderen we specifiek u? Op het moment dat u daar niet helder in bent en intern die zaken niet goed afspreekt, zijn uw inspanningen op de langere termijn gedoemd te mislukken. Wervingsbeleid vraagt goede **afstemming, draagvlak en volharding**.

Stel: u wilt voor een project een nieuwe groep gevers aan uw organisatie binden. Dan zult u **tegenprestaties en afspraken** transparant en helder op andere gevers moeten laten aansluiten. Door dit vooraf te bepalen en inzichtelijk te maken, krijgt u grip op de gemaakte afspraken en verhoudingen. De wervingspiramide is hiervoor een handig instrument. U kunt de wervingspiramide geheel naar eigen inzicht maken en een verdeling maken die bij uw organisatie past.

Uitleg:

U begint met het **analyseren en categoriseren** van uw potentiële gevers. U kunt dat doen door gebruik te maken van een wervingspiramide. De wervingspiramide maakt de verschillende **geefgroepen** inzichtelijk en de waarde die zij zouden kunnen bijdragen, specifiek voor uw organisatie.

In de onderste lagen de lokale omgeving. Denk aan buurtbewoners, omliggende verenigingen, leveranciers, lokale stakeholders. Vervolgens de betrokkenen van cliënten die bij het project betrokken zijn. De volgende trede zijn de cliënten zelf. Daarna de ad hoc vrijwilligers en de structurele vrijwilligers die al betrokken zijn bij uw instelling.

Dan komen partners in beeld, denk aan het bedrijfsleven, maar ook aan uw gemeente. Kunt u hen verleiden om hun kennis om niet in te zetten voor uw projecten?

Dan zijn er partners die bereid zijn een financiële bijdrage te leveren. Dit kunnen bedrijven zijn, vermogensfondsen, uw eigen fonds dat verbonden is aan uw instelling of subsidieverstrekkingen zoals de gemeente.

De wervingspiramide

WERVINGSPIRAMIDE

PARTNER [> 3 25.000,-]

PARTNER [> 3 10.000,-]

PARTNER [> 3 5.000,-]

PARTNER [60 - 80 uur]

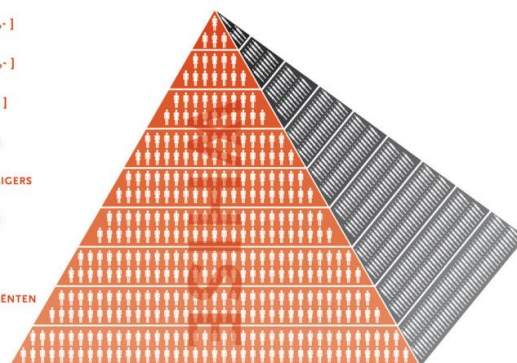
STRUCTURELE VRIJWILLIGERS

AD HOC VRIJWILLIGERS

CLIËNTEN

BETROKKENEN VAN CLIËNTEN

LOKALE OMGEVING



© WHISE