

## Vrijwilligers werven via social media - nu en in de toekomst

Social media raakt verzadigd en alles is al eens gedaan. Het wordt steeds lastiger om zichtbaar te zijn. Welke kansen zijn er dan toch om méér mensen te bereiken met social media?

- Plaats video's en stories, die spreken meer aan
- Zoek persoonlijk contact door direct messages en chatboxes
- Zet ambassadeurs in om jouw organisatie te promoten

Het werven van vrijwilligers via social media gebeurt vooral door het creëren van betrokkenheid. Dan zullen mensen aan jouw organisatie denken als ze vrijwilligerswerk willen doen.

Gedrag van mensen wordt voor 95% bepaald door ons onbewuste brein. Omdat dit brein grote hoeveelheden informatie moet verwerken zijn in de loop van de evolutie ezelsbruggetjes aangemaakt. Aannames waardoor het mogelijk is om snelle keuzes te maken, zodat we op een prettige manier de dag door komen.

Deze ezelsbruggetjes worden denkfouten genoemd omdat ze zich ook voordoen in situaties waar de ezelsbruggetjes niet kloppen. Een voorbeeld is dat we een hoge prijs automatisch associëren met goede kwaliteit. Ook als we daar geen bewijs voor hebben.

Denkfouten worden in marketing gebruikt om het consumenten onbewust te overtuigen bij de aankoop van een product.

Vrijwilligersorganisaties kunnen dit inzetten bij het werven van vrijwilligers. Concrete tips vind je op de andere kant van deze flyer.

Succes verzekerd.

Heleen van Egmond

06-13738548 (ook via WhatsApp)

[heleen@heleenvanegmond.nl](mailto:heleen@heleenvanegmond.nl)

## 3 Gedachtecronkels om te overtuigen op social media



### **Problemen moeten opgelost worden**

- Val op met grappige of vreemde hersenkrakers
- Gebruik vragen en dilemma's om in gesprek te komen
- Roep hulp van je volgers in bij (organisatie)vraagstukken

### **Wat we vaak zien is betrouwbaar**

- Plaats regelmatig berichten (ook video en stories)
- Maak social media persoonlijk en win sympathie
- Maak teksten makkelijk leesbaar

### **Wat anderen zeggen is waar**

- Laat blije vrijwilligers vertellen wat ze doen
- Gebruik positieve bewijzen (het glas halfvol)
- Zet ambassadeurs in als autoriteit