

Checklist Ledenwerving en -behoud

Indien u aan de slag wilt het werven van leden, dan is het verstandig u te realiseren dat het werven van leden onlosmakelijk verbonden is met het behouden van leden. Ook de vraag “heeft uw vereniging voldoende kaderleden om een eventuele groei op te vangen?” is van belang om te stellen. In deze checklist zijn de belangrijkste aandachtspunten opgenomen, om de aanpak gericht op ledenwerving- en behoud voor uw vereniging te bepalen.

Oriëntatie:

- Welke ideeën zijn er op dit moment binnen uw vereniging gericht op ledenwerving en – behoud?

Interne analyse:

Opvang van nieuwe leden:

- Organiseert uw vereniging bij de start van het seizoen een informatie- en kennismakingsbijeenkomst voor nieuwe leden?

Imago:

- Wat is de sfeer/ het karakter van uw vereniging?
- Waarom bent u lid? wat maakt uw vereniging aantrekkelijk voor u?
- Hoe is de sfeer in de kantine? (gezellig/niet gezellig)

Product/markt combinaties:

- Welke doelgroepen zijn er binnen uw vereniging te onderscheiden? (jeugd, senioren etc.)
- Welke activiteiten biedt u aan voor deze doelgroepen? (training, competitie)
- Maak een overzicht van uw productmarkt combinaties
- Weet u hoe uw leden de activiteiten die u op dit moment aanbiedt waarderen?

Een ledenonderzoek kan het gewenste inzicht opleveren! Het is gewenst dat het ledenonderzoek oplevert dat de huidige leden tevreden zijn met het geboden product/ de geboden producten.

Ledenonderzoek:

- Hoe is uw ledenbestand op dit moment samengesteld?
- Hoe ontwikkelt zich het ledenaantal?
- Hoe verhoudt zich het aantal nieuwe leden dat er in 1 seizoen bijkomt (instroom) tot het aantal leden dat zich per seizoen afmeldt (uitstroom)
- Kent u/ uw vereniging de redenen waarom leden zich afmelden?
- Wordt er gestructureerd gewerkt om dit inzicht te verkrijgen?
- Welke redenen worden er genoemd als reden voor afmelden als lid?
- Zijn dit verenigingsgebonden factoren? (training, organisatie e.d.) of
- Zijn dit niet verenigingsgebonden factoren? (verhuizing)

Externe analyse:

- Wie zijn de concurrenten van uw vereniging?
- Wat zijn de belangrijkste sterke en zwakke punten van uw concurrenten?
- Wie kunnen potentiële leden zijn?
- Wat zouden deze potentiële leden willen? Waarmee trekt u hen?

Doelstellingen:

- Wat is de huidige algemene doelstelling van uw vereniging?
- Wat wilt u specifiek bereiken met uw aanpak gericht op ledenwerving- en behoud?

Acties en instrumenten:

- Welke instrumenten worden ingezet om uw huidige leden te behouden?
- Welke instrumenten worden ingezet om nieuwe leden te werven?
- Welke kosten maakt uw vereniging gericht op de inzet van de instrumenten gericht op ledenwerving en -behoud?
- Welke resultaten boekt u met uw huidige aanpak?
- Wat werkt wel? wat werkt niet? waarom wel? waarom niet?

Plan van aanpak:

- Welke resultaten hebben de interne (imago, product/markt combinaties en ledenonderzoek) en externe analyse (concurrentieanalyse en definitie potentiële leden) opgeleverd?
- Welke conclusies verbindt de werkgroep “ledenwerving- en behoud” van uw vereniging hier aan?
- Welke zijn de gewenste acties?
- Wanneer wilt u dat bereiken? hoe?

Kijk voor de gepaste materialen bij Cursussen, Workshops en Maatwerk. Indien u een werkgroep “Ledenwerving en – behoud” formeert is het mogelijk om begeleiding van een ervaren ondersteuner te krijgen.