

Ledenwerving

Veel bowlingverenigingen willen graag nieuwe leden werven. Uw vereniging ook? Dan vindt u hieronder een heleboel ideeën die de afgelopen jaren met succes zijn uitgevoerd door andere sportverenigingen.

Wie wil je met welke boodschap bereiken?

Voordat u bepaalde acties in gang zet is het echter handig om met elkaar na te denken over onderstaande vragen.

- Naar wat voor mensen is uw club eigenlijk op zoek? Zijn dat jeugdleden, (jong) volwassenen of senioren? Zijn het startende bowlers, of mensen die al veel toernooien hebben gespeeld?
- Welke behoeften hebben deze mensen? Zijn ze op zoek naar trainingen om hun niveau te verbeteren, naar gezelligheid, naar nieuwe bowlingmaatjes, naar toernooien dichtbij huis, naar verenigingsactiviteiten of naar iets heel anders?
- In welke boodschap kunt u deze behoeften vertalen? Met andere woorden: wat biedt uw vereniging bepaalde doelgroepen? Met welke argumenten gaat u hen overtuigen om kennis te komen maken?
- En tot slot: welke PR-acties en communicatiekanalen kunt u op basis van de kenmerken en behoeften van de doelgroep inzetten? Op welk moment en waarmee komt u in contact met de doelgroep?

Probeer aan de hand van de antwoorden op deze vragen naar onderstaande acties en ideeën te kijken, en kies bewust wat wel en niet bij uw vereniging en de beoogde doelgroep(en) past!

'Opvallende' activiteiten op de markt/braderie

Organiseer een activiteit waardoor inwoners van je dorp/stad kennis kunnen maken met uw vereniging. Dat kan bijvoorbeeld door een kraampje op de plaatselijke markt of braderie te reserveren: op die manier kun u de naamsbekendheid eenvoudig vergroten en mensen persoonlijk uitnodigen om eens kennis te maken met de bowlingsport. Bedenk echter wel dat het om op te vallen belangrijk is om iets origineels bij of rond het kraampje te organiseren. Misschien kun u buiten een mobiele bowlingbaan neerleggen?



Organiseer in hetzelfde weekend een open dag waar mensen de mogelijkheid krijgen om kennis te maken met de bowlingsport. De mensen die u op zaterdag bij uw kraampje op bezoek hebt gehad, kunt u dan op zondag voor een bowlingclinic uitnodigen!

Bowlingclinic

Of u het nou wel of niet met een braderie combineert, het organiseren van een bowlingclinic is een leuke manier om potentiële leden met uw vereniging te laten kennismaken. Ontvang de bezoekers met een drankje en geef ze informatie over de vereniging. Laat ze eventueel een filmpje van een clubavond zien: een beeld zegt immers meer dan 1000 woorden! Laat men vervolgens onder begeleiding van trainers een uurtje bowlen. Overweeg de mogelijkheid om een aparte open dag voor jeugd te organiseren, in plaats van hen tussen de volwassenen op de bowlingbaan te zetten; tussen leeftijdsgenoten voelen zij zich wellicht meer op hun gemak!



Noteer de contactgegevens van alle bezoekers, zodat u hen na afloop kunt vragen of ze eventueel interesse hebben in uw vereniging. Door ieder jaar contactgegevens te verzamelen kunt u bovendien alle bezoekers van de afgelopen jaren uitnodigen om opnieuw een clinic te volgen - wie weet zitten daar nog potentiële leden tussen.

Overweeg de inzet van [de mobiele bowlingbaan](#) op locatie.

Gemeentegids

Zorg ervoor dat uw vereniging wordt opgenomen in het lijstje sportverenigingen van de plaatselijke gemeentegids. Denk overigens niet alleen aan de papieren versie van deze gids, maar ook aan de digitale editie op de gemeentesite of op de website van een lokaal, regionaal of provinciaal sportservicekantoor. Daarnaast kunt u bij de gemeente en/of het sportservicekantoor ook promotiefolders van uw vereniging neerleggen.

Verenigingswebsite inrichten voor potentiële leden

Richt de website van uw vereniging op zo'n manier in dat geïnteresseerden snel kunnen vinden wat er zo leuk is aan jullie vereniging, hoe ze lid kunnen worden, wat een lidmaatschap kost, etcetera. Door uw website overzichtelijk en klantvriendelijk in te richten vinden mensen snel wat ze willen weten en zijn ze eerder geneigd om eens contact op te nemen.



Laat op de website duidelijk zien hoe de agenda van uw vereniging eruit ziet! Een gevulde agenda met gevarieerde en aantrekkelijke activiteiten zal voor een potentieel lid interessanter zijn dan een website waaruit niet blijkt wat er georganiseerd wordt

Bowlen.nl in wachtruimten neerleggen

Het magazine Bowlen.nl is voor NBF-leden een prachtig middel om op de hoogte te blijven van de ontwikkelingen binnen de bowlingwereld. Ook voor (nog-) niet-bowlers kan het blad echter interessant zijn: de foto's en verhalen kunnen deze doelgroep immers enthousiasmeren om eens kennis te maken met de bowlingsport. Een rustig leesmoment (zoals in wachtruimten van de huisarts, het ziekenhuis, de bibliotheek of de afhaal-Chinees) en een directe link naar de plaatselijke bowlingvereniging (in de vorm van een flyer met contactgegevens) zou deze mensen zomaar eens kunnen doen besluiten om eens langs te komen.



Belandt Bowlen.nl na het lezen in de papierbak? Vraag of uw leden hun magazines willen inleveren zodra ze 'm uit hebben! Op die manier verzamelt u al snel een flinke hoeveelheid magazines, die u kunt gebruiken voor bovenstaande PR-acties.

Gratis lidmaatschap voor jeugd

Overweeg eens om jeugd een gratis (of zeer goedkoop) lidmaatschap aan te bieden; op die manier komen kinderen makkelijk de vereniging binnen én bestaat de mogelijkheid dat ze hun ouders meenemen naar het bowlinghuis. Als u de ouders ook voor de bowlingsport weet te interesseren, bestaat de kans dat u de hele familie aan het ledenbestand kunt toevoegen!

Samenwerking met bedrijven

Een samenwerking met één of meerdere bedrijven aangaan is een slimme manier om enerzijds een leuke activiteit voor uw eigen leden te kunnen organiseren, en anderzijds bedrijfsmedewerkers (en dus potentiële leden!) met uw vereniging te laten kennismaken. Inventariseer binnen uw vereniging bijvoorbeeld eens bij welke bedrijven de leden contacten hebben, en of er eventueel mogelijkheden zijn om met gesloten beurs een samenwerking aan te gaan. Kunnen jullie elkaar een clinic aanbieden?



Contacten met bedrijven zijn uiteraard ook handig met het oog op het aantrekken van verenigingssponsors!

'Tell a friend'

Ook een leuk idee: alle leden vier kaartjes geven die ze aan vrienden en familie kunnen uitdelen. Met dit kaartje kan iemand gratis een avond bij jullie komen bowlen. Voordelen van dit systeem: u maakt optimaal gebruik van het netwerk van ál uw leden en de drempel om lid te worden wordt verlaagd doordat mensen via een vriend of familielid binnenkomen.



Maak foto's en stuur die samen met leuke verenigingsinformatie) per e-mail naar de deelnemers!

Kwaliteit boven kwantiteit?

Kan uw vereniging nieuwe leden bieden wat ze beloofd is? En blijven ze actief betrokken bij de vereniging? Niets is immers vervelender dan leden die na een paar maanden weer vertrekken! Ga daarom eens na in welke omvang uw vereniging op z'n best is. Denk aan zaken als het bowlinghuis, de frequentie waarmee trainingen en/of toernooien aangeboden worden, het aantal trainers, het aantal activiteiten per jaar, de groepsgrootte bij activiteiten, de hoogte van de contributie, de sociale cohesie, etcetera. Groei is voor veel verenigingen (en ook voor de NBF) een streven, maar zonder het waarborgen van kwaliteit is groei een stuk minder waardevol!