



**KNBSB**



Webinar Ledenbinding 9 maart 2022



Welkom, we starten om 19:30!

Gersom Smit – NOC*NSF / Back2Basics



Rabobank

Ambities/voornemens van deelnemers

En een mooie samenvatting van het webinar!

- Thijs EBCG: Nadenken over aanbod voor mensen die geen lidmaatschap van een jaar willen + eerste 100 dagen nieuwe leden.
- Michel WHSC: Hoe gaan we om met nieuwe leden. Iemand hiervoor verantwoordelijk maken. En leden uitnodigen bij een bestuursvergadering, kijken wat er leeft
- Michelle - Caribe: Bezigt met hoe nieuwe leden binnenkomen en hoe hun eerste 100-dagen en eerste jaar is. Ouders meer betrekken bij de club door een soort clinic te geven
- Marc EBCG: Ambassadeurs om social media te activeren
- Jan Knickerbockers Soest: 100-dagen contact met nieuwe leden. Flexibiliteit in lidmaatschap
- Marcel HSV Spikes: Leden vragen wat ze zien en niet zien op de club en de 100 dagen /welkomst committee
- Kitty - Kinheim: Jonge leden meer betrekken, met name op social element van de vereniging.
- Henk Schottert: Kennismakingsbijeenkomst ouders nieuwe jeugdleden.
- Nick - DVH: Wij gaan zeker nieuwe leden vragen hoe zij het hebben ervaren. Verder vond ik het ook interessant om ouders van jongste jeugd iets anders aan te bieden, zoals crossfit oid
- Hanneke (Royals): Bekijken welke mogelijkheden er zijn voor flexibel aanbod (1x per maand BB5??). Leden in het eerste jaar bewuster begeleiden. Zijn sowieso als club bezig met ons beleid te herijken olv Huis v Sport
- Michel BC Lieshout: 100 dagen gesprek / Nieuwe leden coordinator
- Kirya Power'66: andere elementen in de eigen training, meer activiteit op sociale media, nog meer aandacht geven aan ontvangst nieuwe leden
- Camillo The Pioneers: korte termijn 25 euro voor 100dagen baseball 5 en niet voor 1 jaar. Ook opvang vind ik goede tip, en idd beter omlijnt niet vragen voor de activiteiten commissie maar voor maar 1 taak. En ook de junioren/pupillen benaderen wat zoek je? idd luisteren en niet praten.
- Jan. The Animals: Proberen samenwerking met voetbal en hockey. Als alternatief voor hun zomerstop te komen honkballen
- Jasper BSB Falcons: 100 dagen gesprekken, bij scholengemeenschap de sport leraren beïnvloeden (bv via baseball 5), voorjaarsBBQ doen voor leden en ouders
- James - ZBSV Birds: Verbeteren communicatie clubs en bond
- Chantal - SVSpaarnwoude: Training(en) aanbieden via Onefit > flexibiliteit, bekendheid vergroten. Aanbieden vrijblijvende maandelijks/wekelijkse training 30+. Vergroten zichtbaarheid via sociale media. BSO samenwerking



Aanvullende ideeën en tips vanuit de chat

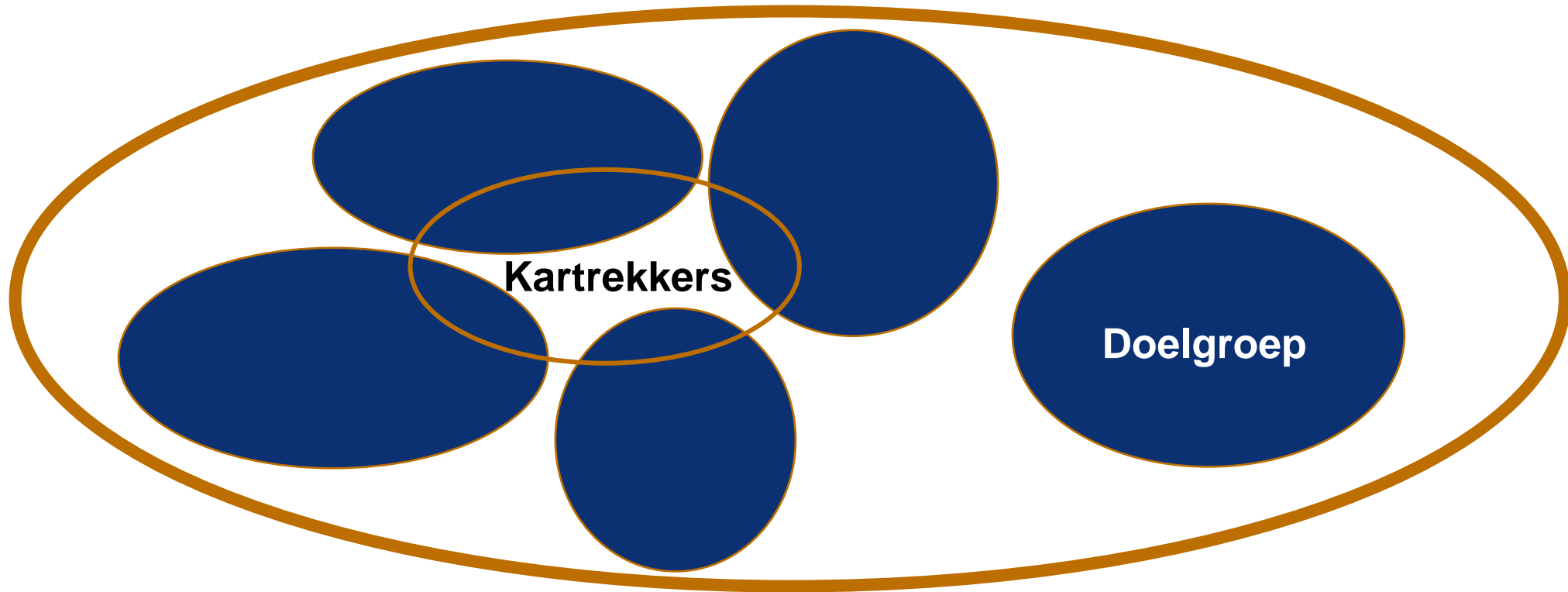
- Wij willen in de wijk, in samenwerking met buurtteams, (gratis)bonnen uitdelen van 1 emmer ballen slaan voor 1 euro op vrijdagmiddag/avond in onze slagkooi op het veld
- Misschien indoor competitie zodat de sport niet zo lang stil ligt in de winter
- Baseball 5Toernooi georganiseerd voor de softball jeugd. Denken nu na over mogelijke competitive/toernooi op niet trainings- en speeldagen, als inloop...
- Het hockey seizoen is ook anders ingedeeld dan honk/softball. Zij spelen een voorseizoen om het niveau te bepalen om zo ook het hoofd/na seizoen een leukere competitie te laten spelen. Zou dat voor de KNBSB ook niet een trigger kunnen zijn om leden te laten binden? (een passender en minder divers niveau per klasse is namelijk een stuk interessanter voor spelerS)
- Ik heb geruime tijd in België gespeeld en daar werken ze met daglicenties. Dat mensen voor 1 dag licentie krijgen om mee te kunnen spelen - verzekerd zijn en zo aan een wedstrijd kunnen meedelen om de sport te ontdekken ipv een proeftraining / of een oud speler dat toch nog eens wilt spelen en daardoor terug interesse krijgt
- Clinic op scholen herhalen ook voor gymdocenten en een eindtoernooi tussen de scholen organiseren
- "Samenwerking" aangaan met BSO's
- Als je aanbod wilt creëren voor ouders denk dan ook aan Slowpitch. bijvoorbeeld tijdens de trainingen van hun kinderen.
- Infleuncers gaan gebruiken, want de maandelijkse folder wordt idd niet gelezen door de doelgroep. Op het medium wat die groep aanspreekt.
- Wij vragen bij opzeggen tegenwoordig in ieder geval of mensen een paar vragen invullen met reden waarom ze stoppen en of ze ons als club aan zouden bevelen bij vrienden en bekenden. Gelukkig hebben ze meestal alleen maar positieve feedback, maar het geeft in ieder geval inzicht zonder dat het veel moeite kost
- What's appgroepen voor teams maar ook voor nieuwe leden onderling
- Welkomstbrief sturen na bevestiging lidmaatschap. Met belangrijkste punten van de club daarin.
- In het inschrijfsformulier direct vragen naar interesses, beroep, etc. Overweging Gersom: zorg dat je er dan wel (persoonlijk!) op terug komt bij de mensen, bijvoorbeeld na 100 dagen lidmaatschap
- Vanuit bestuur laten we meer ons gezicht zien, we hebben nieuwe welkomproducten ontwikkeld. Bij ons krijg je een cap/pet bij inschrijving
- Zoek naar ouder die onregelmatig werken, justitie, zorg, enz enz. Ze kunnen zich vaak niet binden aan een team, maar wel aan een vereniging. Alleen weten ze vaak de weg niet meteen (ik neem mijzelf even als voorbeeld :)
- Bedacht dat het als bestuur wellicht goed is actief leden uit te nodigen voor bestuursvergaderingen, hoor en wederhoor. Vanuit de teams zou je op deze manier ambassadeurs ontwikkelen. Het algemeen oproepen is wellicht niet voldoende je leden te binden, het uitnodigen van een teamlid/aanvoerder voor een vergadering, die ook eens ziet wat het bestuur allemaal doet en natuurlijk het bestuur wat bereid is te luisteren naar teams
- Bij elke bestuursvergadering een vertegenwoordiging uitnodigen vanuit wisselende teams om van twee kanten voordeel te behalen: bestuur hoort hoe spelers denken en wat zij belangrijk vinden en zij kunnen zien dat het geen hotel is, dat het bestuur van alles tussen de coulissen doet om het goed te laten lopen.



Denken vanuit jouw doelgroep

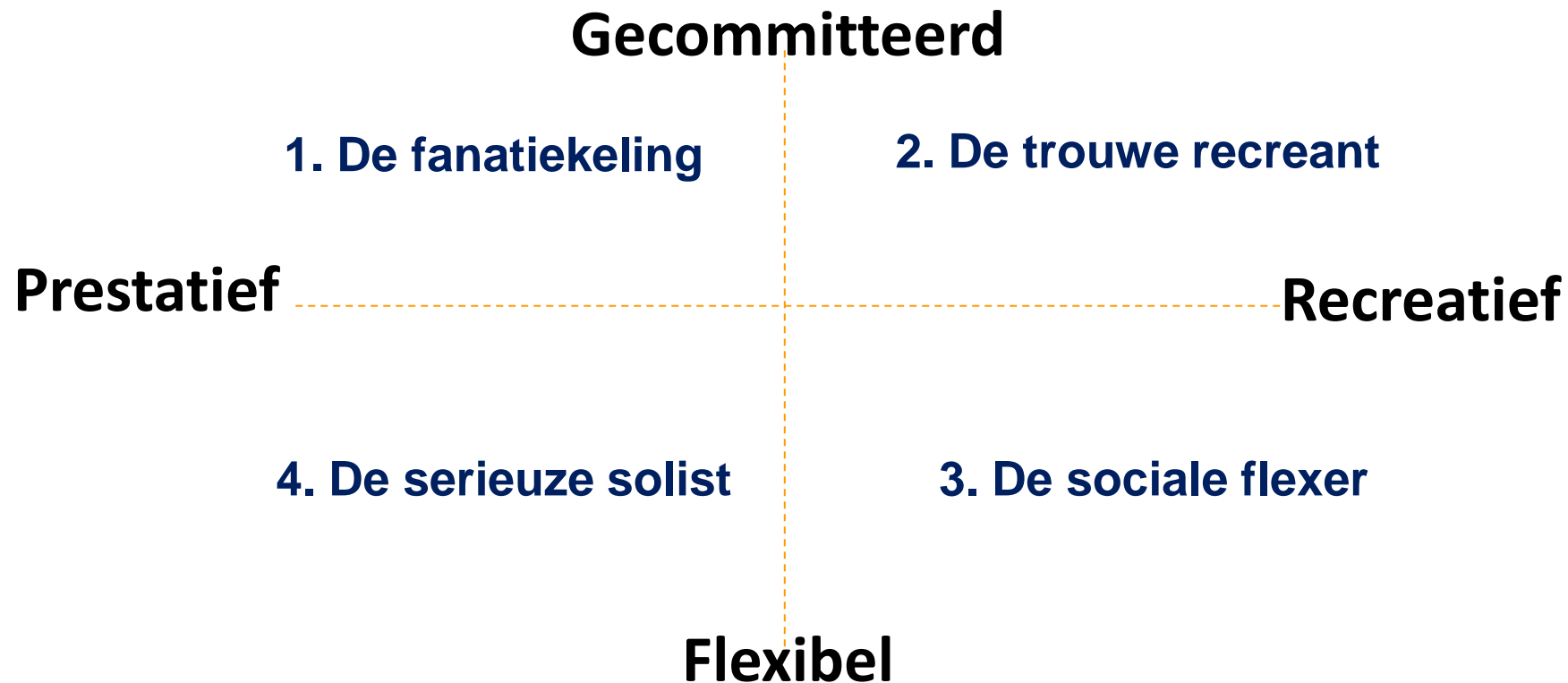


Doelgroep vaak geen onderdeel van de harde kern



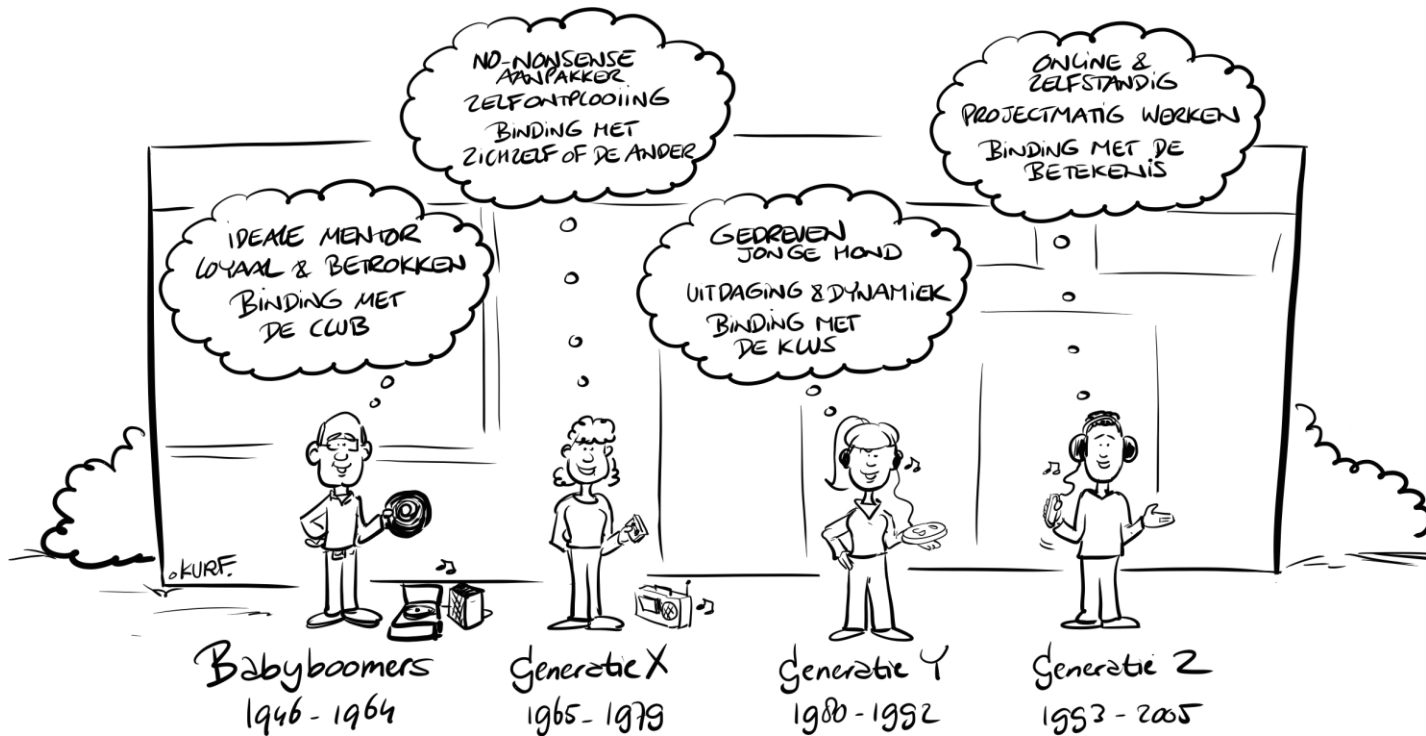
Mogelijke mismatch 1: type sporter

De harde kern is een andere type sporter dan de doelgroep



Mogelijke mismatch 2: generatie

De harde kern is een andere generatie dan de doelgroep



Andere ideeën over:

- *Gebruik van social media*
- *Menukaart kantine*
- *Type activiteiten*
- *Manier van organiseren*
- ...

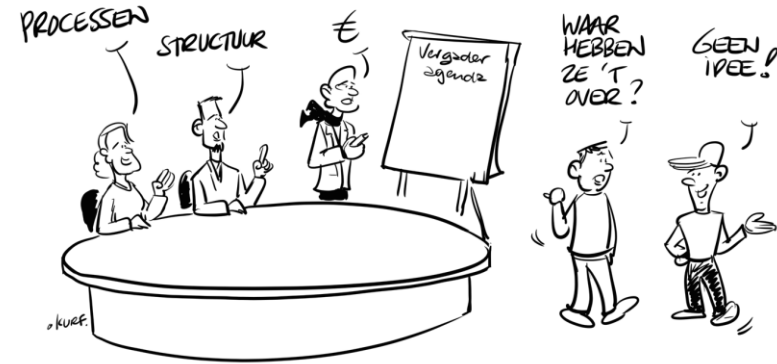
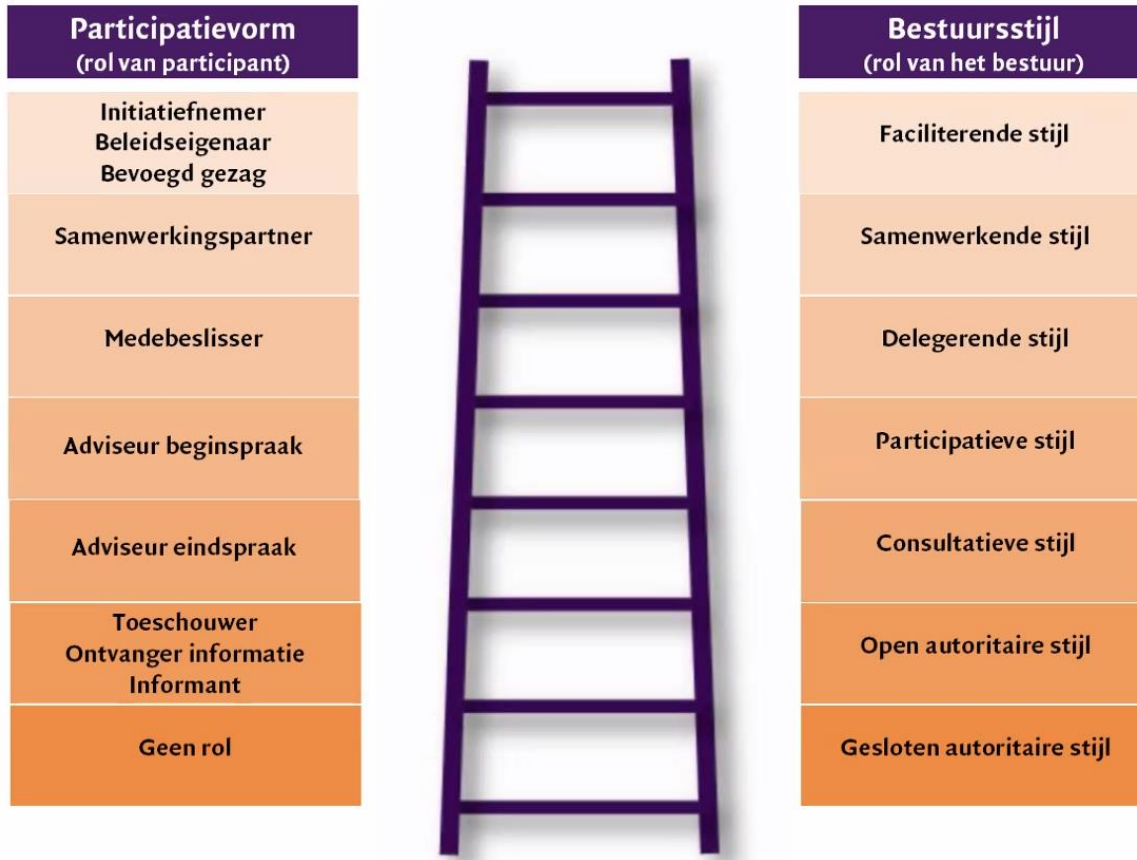
Dus ledenbinding betekent...



1: doelgroep kennen + betrekken

2: durven te veranderen

Niet vóór maar mét de doelgroep



Redenen om de doelgroep actief te betrekken:

- Ze kennen zelf hun eigen behoefte het beste!
- Het creëert ambassadeurs met relevant netwerk
- Van meedenken komt meedoen!

Participatieladder: hoe meer jij de doelgroep betreft, hoe meer ze willen participeren

Participatieladder jeugd



Eigenaarschap over afgebakend deel

Actieve rol in besluitvorming (speciale jeugd-ALV!)

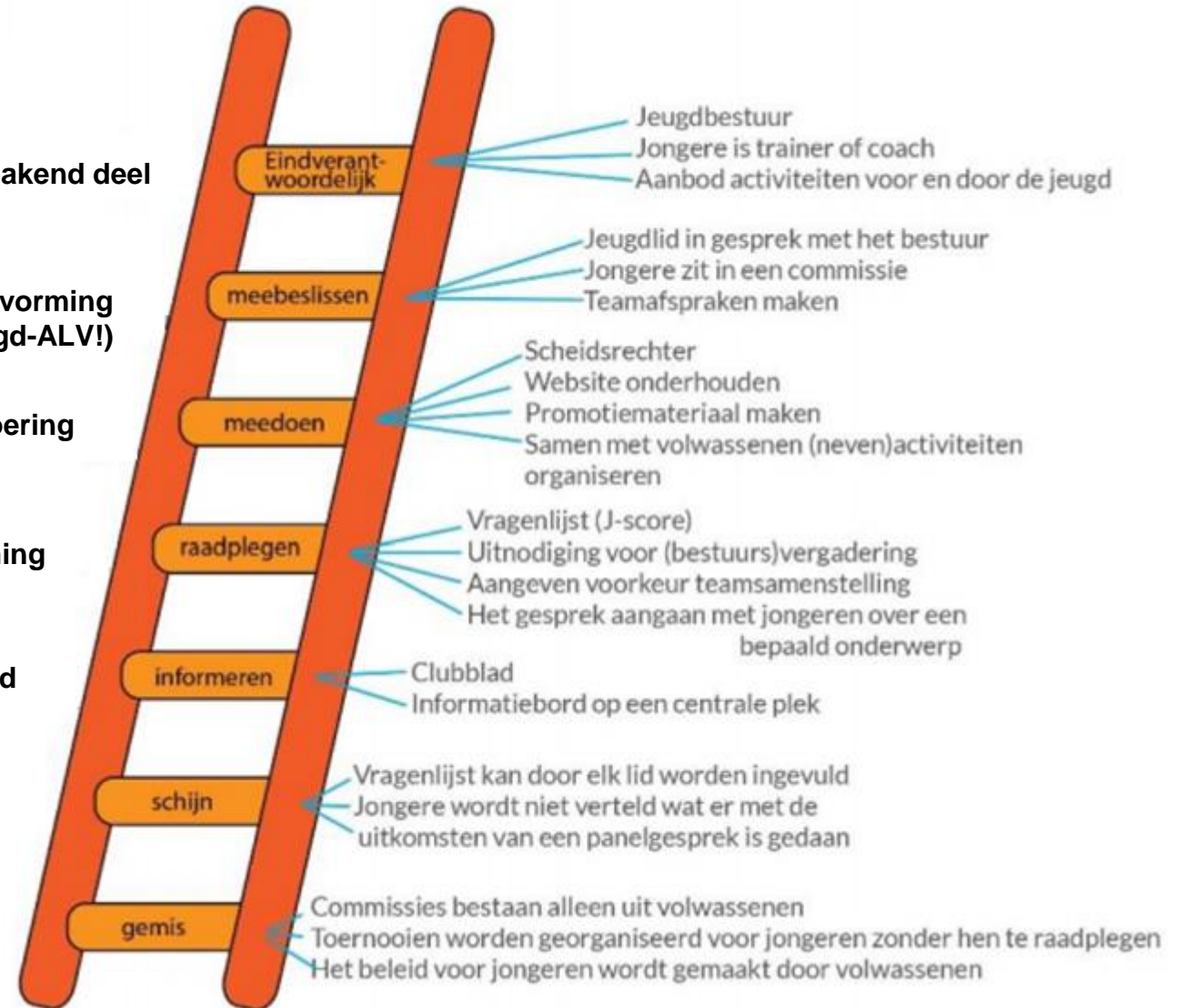
Actieve rol in uitvoering

Mening meegenomen in besluitvorming

Goed geïnformeerd maar geen invloed

Mening gevraagd maar niks mee gedaan

Geen participatie en verbinding

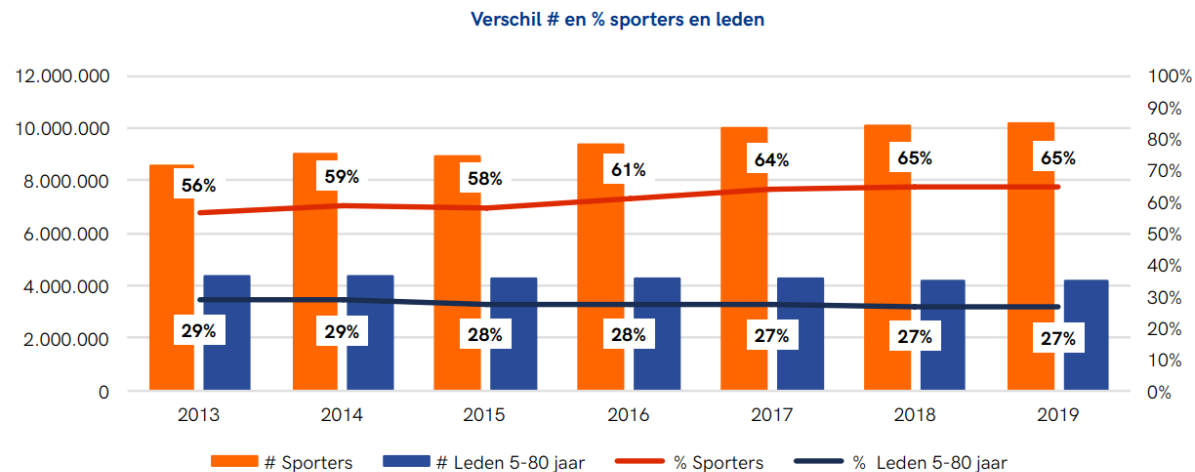


Aantrekkelijk aanbod



Steeds meer sporters, steeds minder leden

2.3 Het aantal sporters buiten verenigingsverband neemt toe



Trends en ontwikkelingen in sportdeelname (2013-2019)



- 27% sport bij een vereniging
- 38% sport alleen of anders georganiseerd
- 35% sport (nog) niet

Groeiende behoefte aan flexibel aanbod (1/2)

FOOTY WORK HARD
PLAY FOOTY

Utrecht – De prijzen voor de veldhuur:

- 5v5 veld is €30,- per uur
- 7v7 veld is €40,- per uur

Teamsport per wedstrijd



Kortlopend aanbod

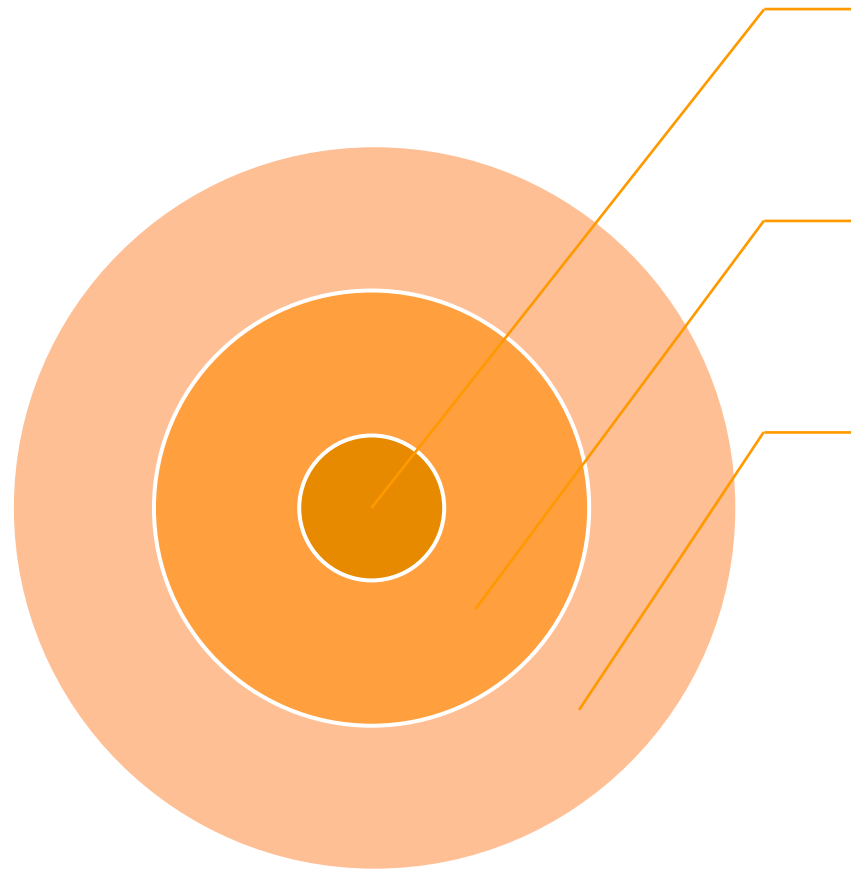
*Meer keuzevrijheid
i.c.m. reserveren*

*Instuif activiteiten:
van leden naar 'community'*



Rabobank

Groeiende behoefte aan flexibel aanbod (2/2)



Vast aanbod gecommitteerde leden

(traditioneel lidmaatschap: vaste contributie, jaarprogramma)

Flexibel aanbod (ook voor niet-leden?)

(ander businessmodel: hogere 'stuksprijs', grotere massa, horeca inkomsten)

Doelgroep

(potentiële en vertrokken leden)

Een middenweg bieden tussen 'alles' of 'niets'

Opkomst van dynamische & urban spelvarianten



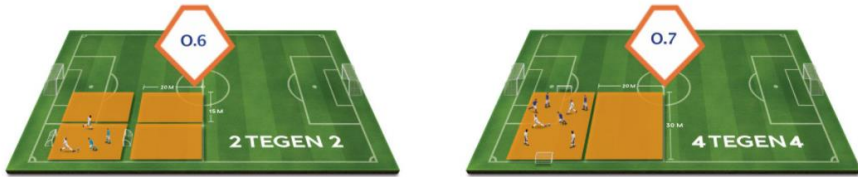
*Sneller, korter,
spectaculairder*



Steeds meer nadruk op recreatieve spelbeleving



OPTIMALE WEDSTRIJDVORMEN

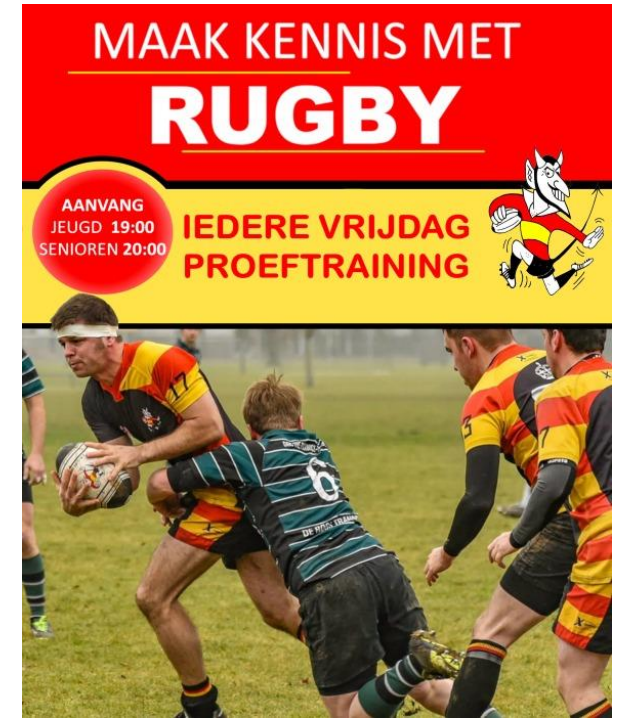


Nadruk op plezier en participatie



Stoppen met selectie <12 jaar

*Recreatieve instroom
volwassenen*



Van single-sport naar multi-sport oriëntatie



- **Gemixt instap aanbod**
- **Andere elementen in de eigen training**
- **Uitstapjes naar andere sporten**
- **Combi-lidmaatschappen**



VV ARNEMUIDEN EN LTC DE SCHENGE
SLAAN HUN HANDEN INEEN

LTC de Schenge

COMBI-ABONNEMENT TENNIS-VOETBAL

Beoefen tijdens de actieperiode van
1 augustus tot en met 31 december 2021
een tweede sport voor slechts € 10,-.



Van concurrentie naar samenwerking met particuliere aanbieders



- ***Aanvullende clinics voor leden***
- ***Samenwerking paramedici (diëtist, fysio...)***
- ***Accommodatie gebruiken voor ander aanbod***
- ***Workout voor ouders tijdens training kinderen***



Steeds meer aanbod voor de jongere en oudere leden



Steeds jongere instroom



Old stars / Walking varianten



Digitale kansen voor verbinding



Esports als kans op de club



Video instructies en online trainingen



Van nieuwsbrief naar interactie

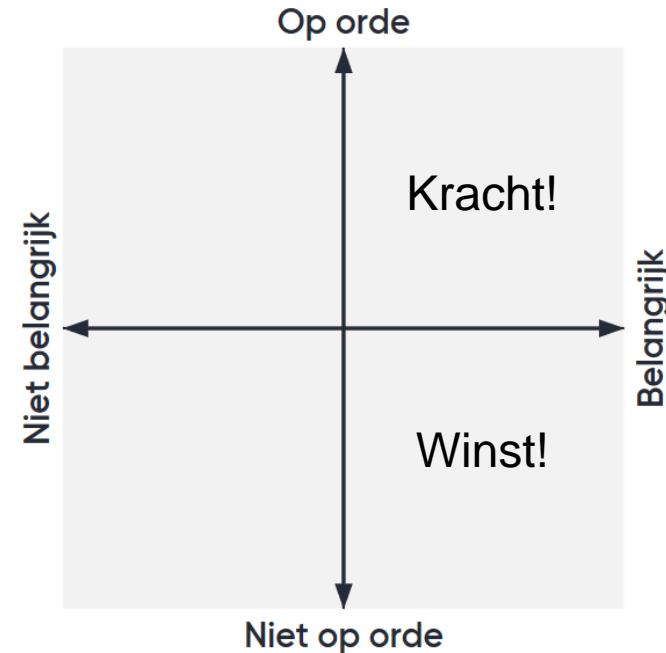


'Influencers' binnen de club

Tip: onderzoek de behoefte en beleving van je doelgroep!

Voorbeelden van factoren om te onderzoeken:

1. Beschikbare tijdstippen
2. Tijdsbesteding (commitment vs flexibiliteit)
3. Beleving (recreatief/prestatief)
4. Aanvullende (sociale) activiteiten
5. Afwisseling in aanbod
6. Informatievoorziening
7. Digitale mogelijkheden
8. (Persoonlijke) begeleiding
9. Individuele uitdaging
10. Sfeer in de groep/teams
11. Kwaliteit wedstrijden / competitie
12. Blessurepreventie
13. Faciliteiten
14. Horeca voorzieningen
15. Betaalbaarheid



Vraag je doelgroep:

→ Wat vinden jullie belangrijk?

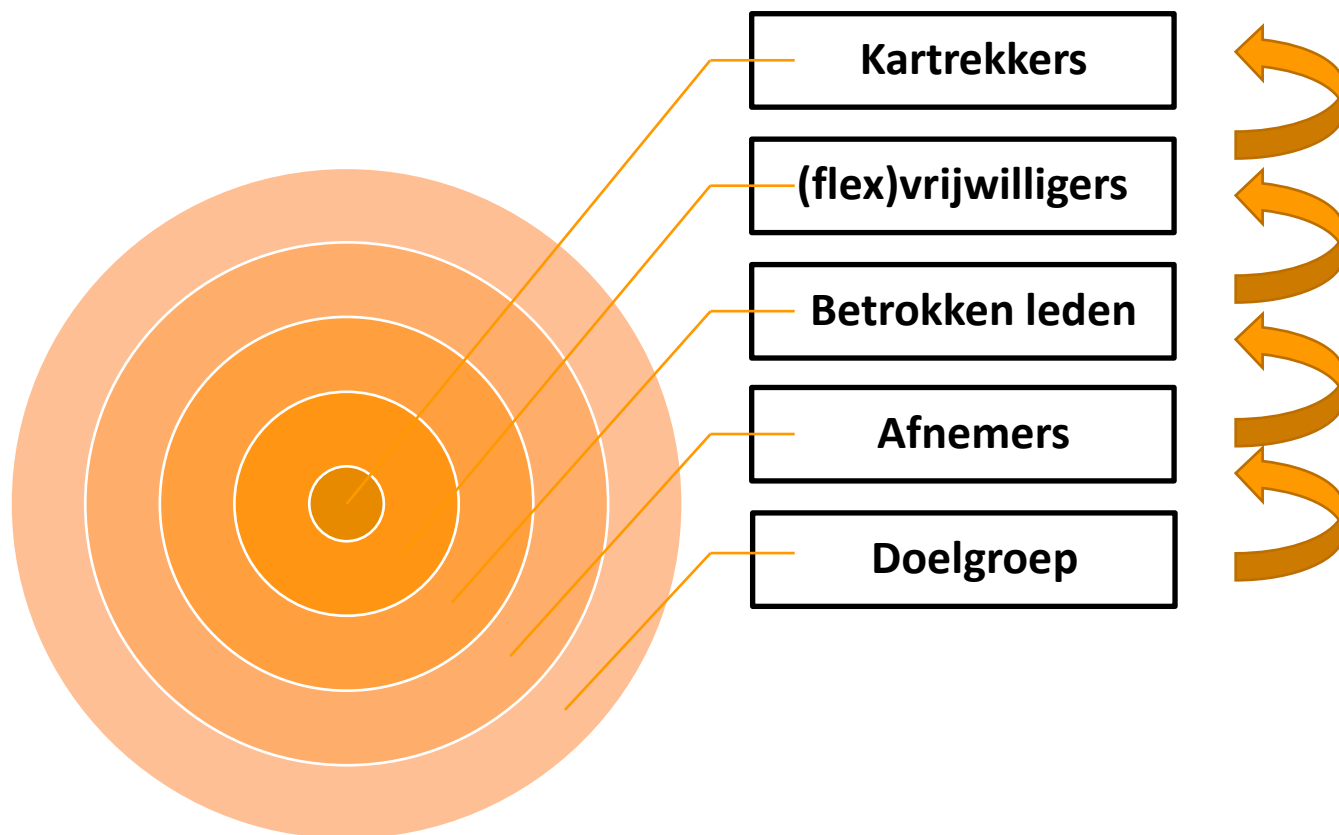
→ Hoe ervaar je het nu?

→ Hoe kunnen jullie zelf bijdragen aan verbeteringen?

Sociale binding vergroten

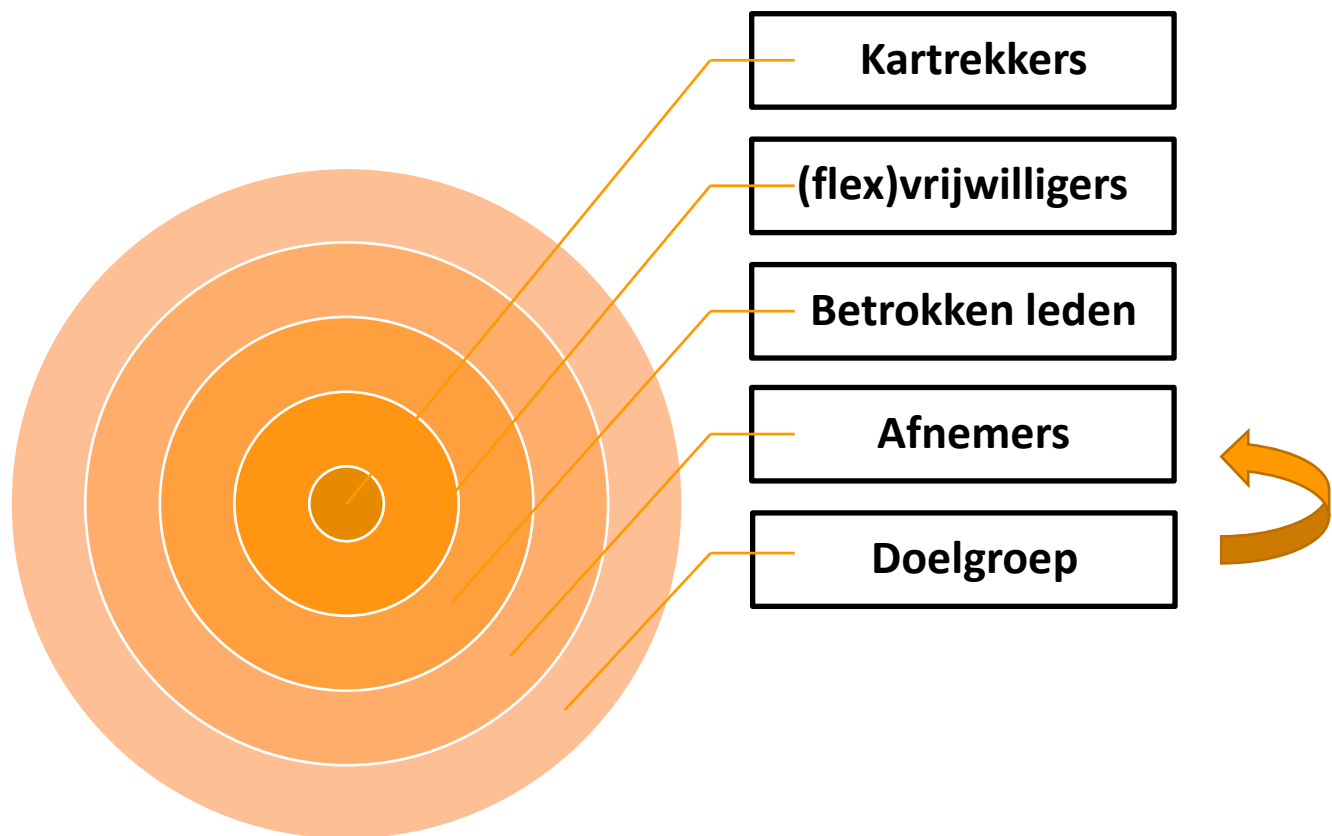


Cirkels van betrokkenheid: actief beleid op alle stappen!



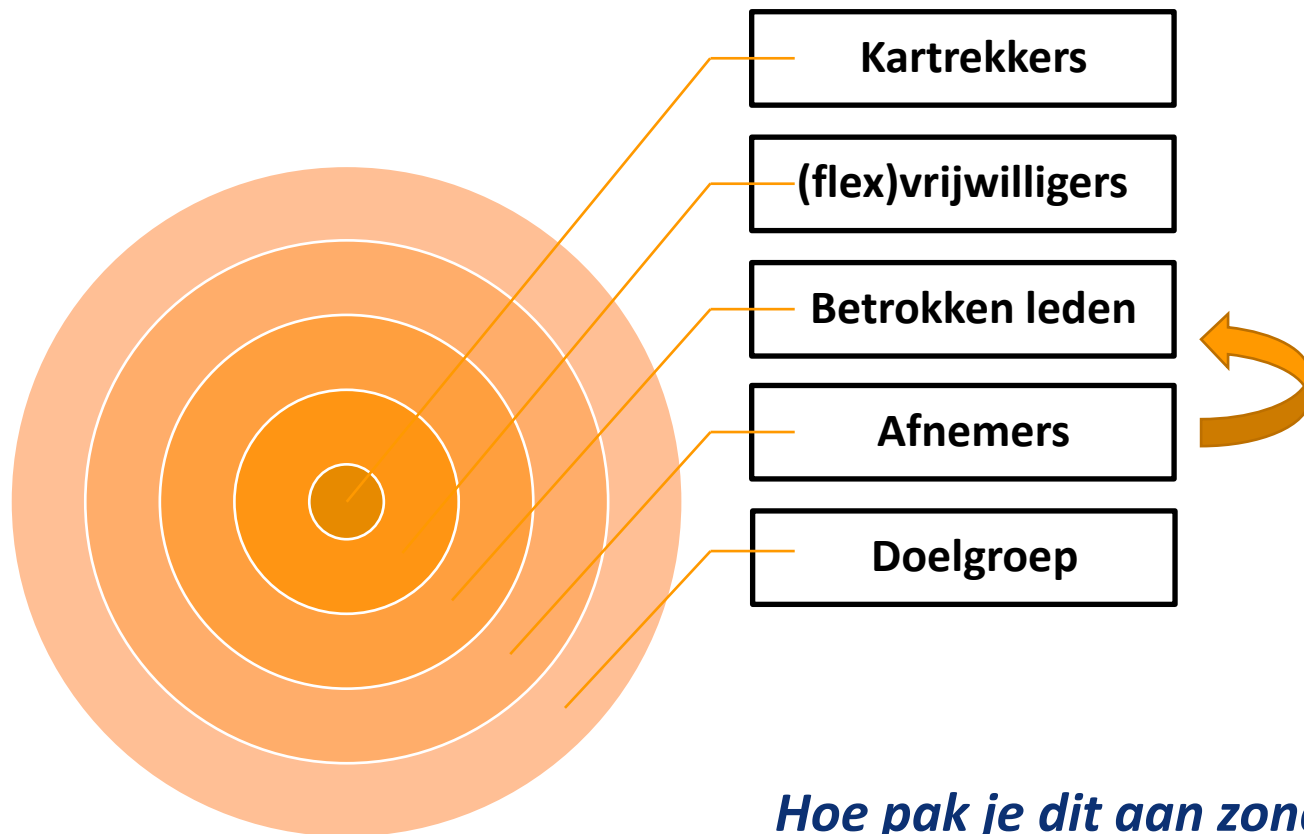
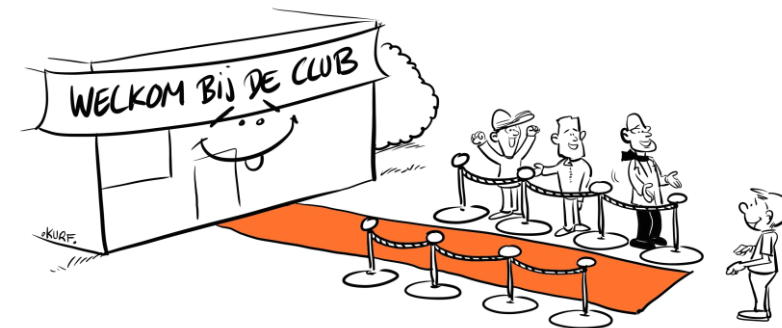
Laat leden stap voor stap wortelen binnen je vereniging!

Lid worden: een persoonlijk en wederzijds visitekaartje



- **Warm welkom bij binnenkomst**
 - Club-DNA overdragen
 - Weten wie er lid wordt
 - Wederzijdse verwachtingen

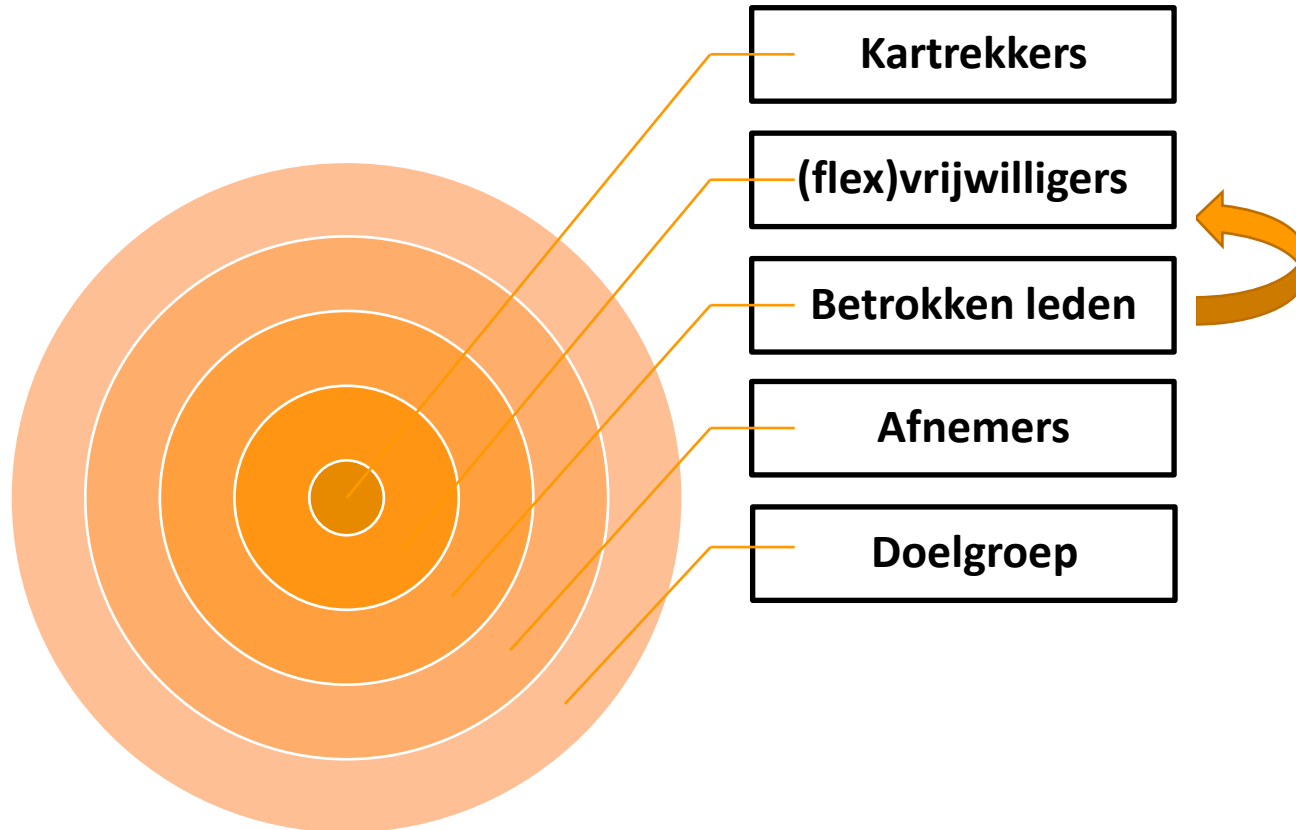
Het eerste jaar: je thuis gaan voelen!



- Samenbrengen nieuwe leden
- Deelnemen aan activiteiten
 - Persoonlijke buddy
- Nieuwe leden coördinator
- Een '100-dagen' gesprek: hoe bevalt het op de club?
- Teambuilding vanuit trainers
- Ook de ouders betrekken!

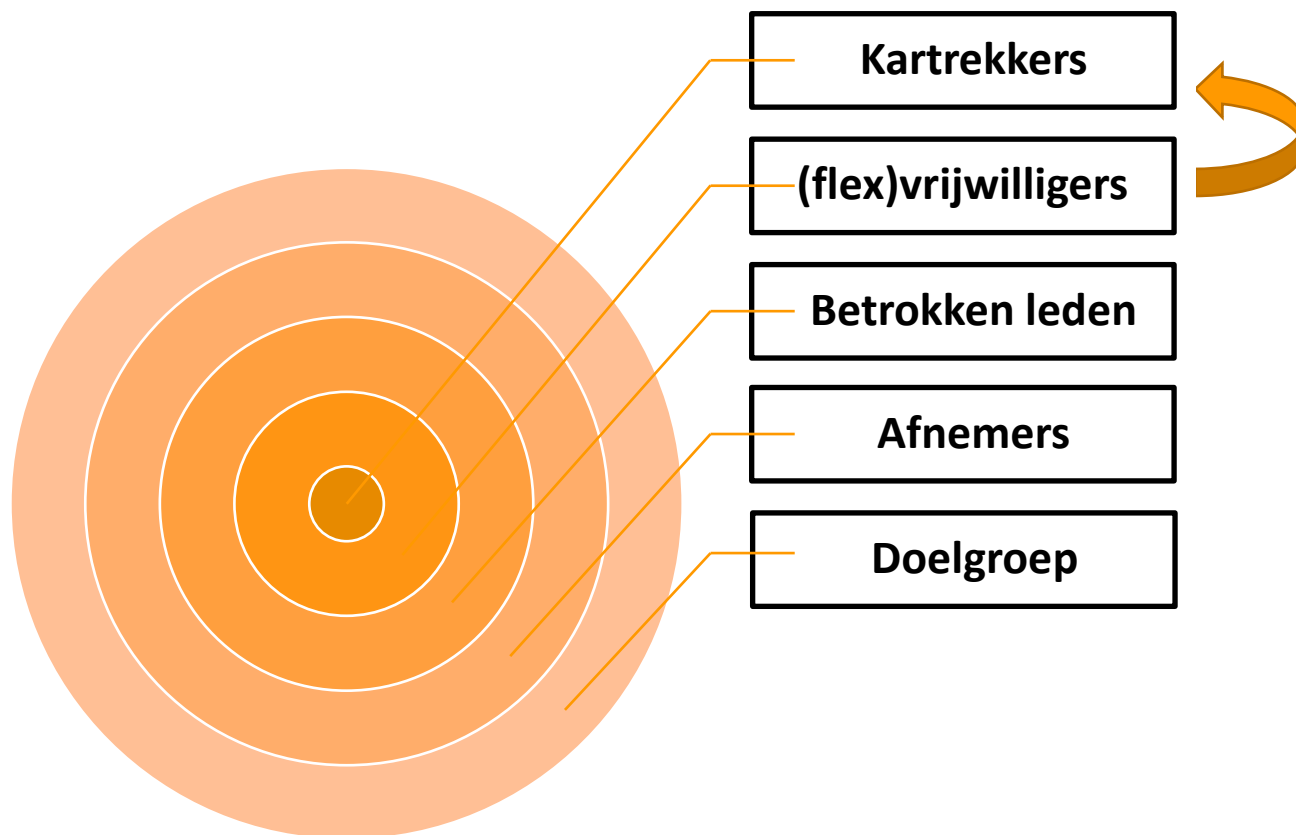
Hoe pak je dit aan zonder eigen kantine?!

Richting participatie: de eerste stap als (flex)vrijwilligers



- Inzicht hebben in taken
- Face2face in gesprek gaan
 - Klein beginnen
 - Concrete taken
- Op weg helpen (duo's?)
- Sociale aansluiting bieden

Eigenaarschap: medebestuurder van de club voelen



- Waardering op resultaten
- Betrekken bij de koers
- Faciliteren en begeleiden
 - Doorselecteren
- Toegankelijke harde kern
- Vrijheid in uitvoering