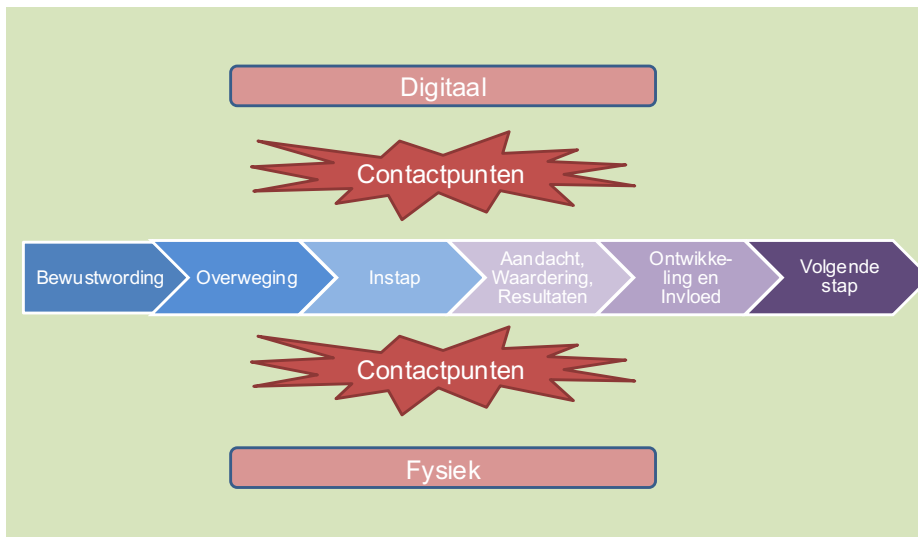


## De Reis van de Vrijwilliger: Samen optrekken is het uitgangspunt!



Op weg met zin

## Bewustwording → Betrokkenheid genereren



Op weg met zin

### Aan de slag met **Bewustwording**:

- 1) Welke mensen zou je meer vrijwillig actief willen krijgen voor je organisatie?
- 2) Zijn deze mensen zich al bewust dat je organisatie bestaat en dat je er vrijwillig aan de slag kunt? Zo ja, zijn ze dan ook betrokken bij doel en doelgroep van de organisatie? Zo nee, hoe kun je de bewustwording én betrokkenheid bij deze mensen vergroten?
- 3) Hoe bereik je deze mensen het meest effectief?

## Overweging *Van Betrokkenheid naar Actie*



Eenvoud/gemak: hoeveel moeite kost het om in actie te komen, hoe dichtbij is het (fysiek en mentaal)?

Toegankelijkheid: is duidelijk hoe en wanneer je in actie kunt komen, welke drempels zijn er?

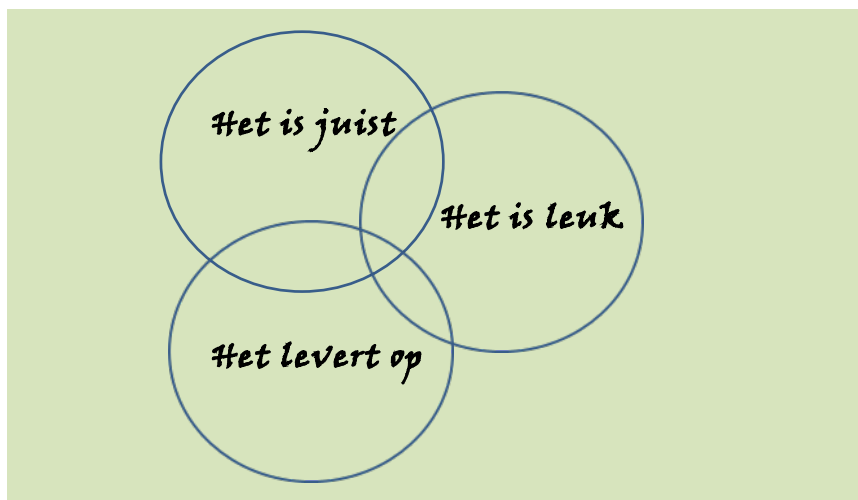
Herkenbaarheid: sluit het aan bij de belevingswereld? Word je op de juiste plek en in de juiste vorm benaderd?

Prioriteit: word je serieus genomen en word er actie ondernomen?

Tijd: hoeveel tijd kost in actie komen echt, hoe flexibel kan het ingepast worden zodat het past bij je beschikbaarheid?

Op weg met zin

## Overweging *Motivatatie als sleutel!*

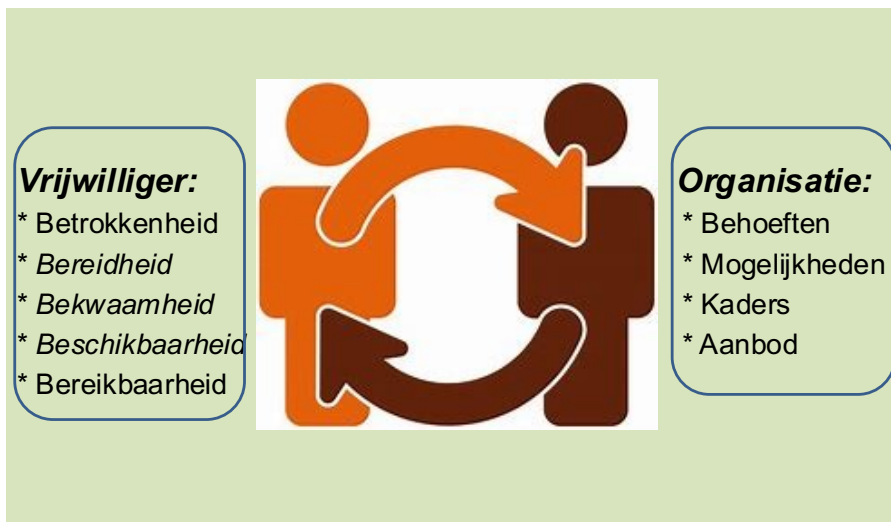


Op weg met zin

Aan de slag met **Overweging**:

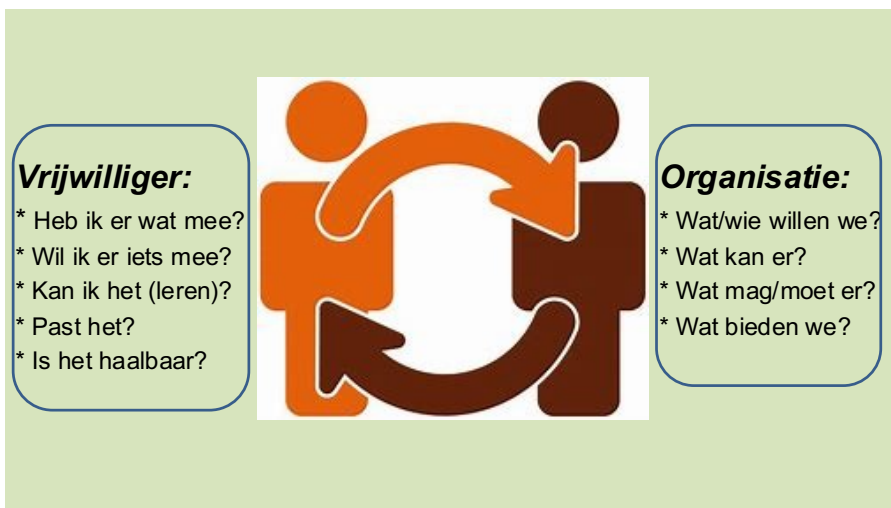
- 1) Hoe kun je ervoor zorgen dat de gekozen doelgroep aangezet wordt om te overwegen vrijwillig actief te worden? Wat helpt om de drempel zo laag mogelijk te maken? En kun je dat waarmaken?
- 2) Weet je wat de motivatiemix is van de doelgroep die je wilt bereiken? Zo nee, hoe kun je daar achter komen? Zo ja, hoe speel je daar slim op in?

## Instap Ruil vrijwilliger-organisatie



Op weg met zin

## Instap Ruil vrijwilliger-organisatie

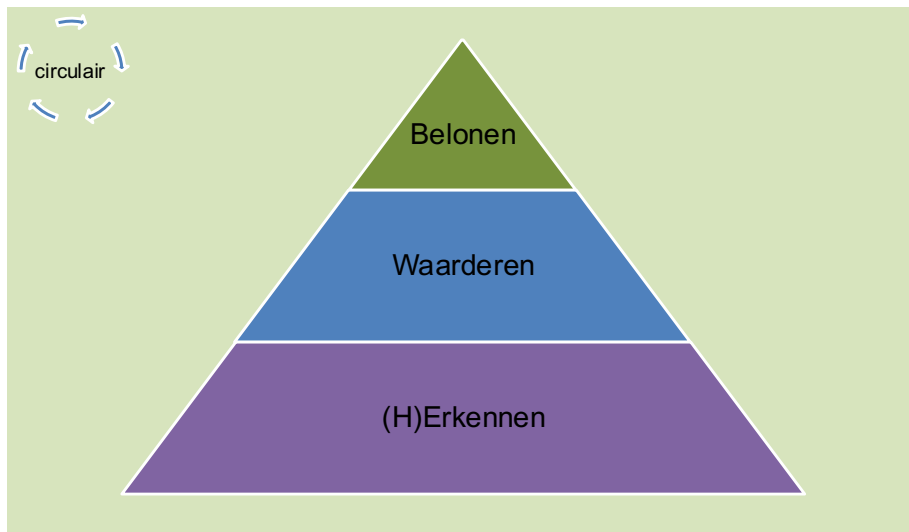


Op weg met zin

Aan de slag met **Instap**:

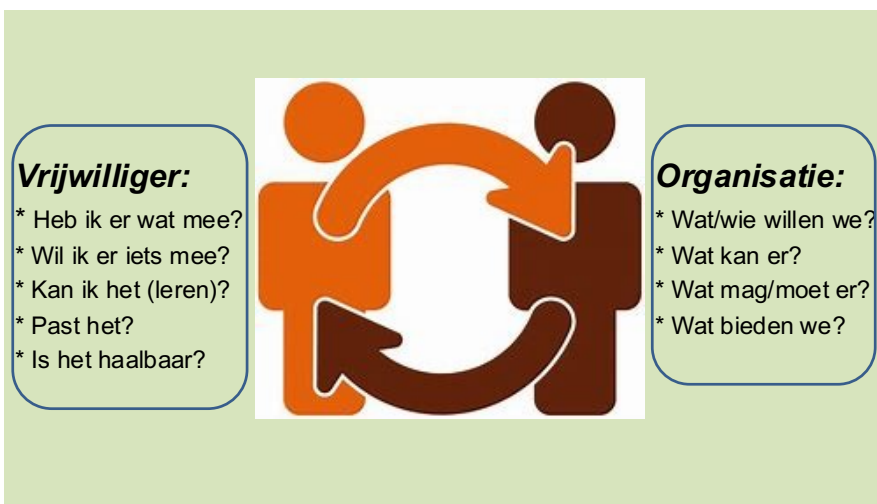
- 1) Hoe kom je tot een ruil die zowel voor de vrijwilliger als je organisatie aantrekkelijk is? Welke pakketten heb je voor verschillende doelgroepen beschikbaar?
- 2) Hoeveel ruimte heb je om mee te bewegen met de wensen, behoeften en mogelijkheden van de (aanstaande) vrijwilliger? Hoe stem je wederzijdse verwachtingen op elkaar af?

## Aandacht, Waardering, Resultaten



Op weg met zin

## Ruil vrijwilliger-organisatie



Op weg met zin

Aan de slag met behoud: **Aandacht, Waardering en Resultaten:**

- 1) Hoe zit de verhouding tussen erkennen, waarderen en belonen van deze doelgroep vrijwilligers in elkaar, niet alleen bij jou maar ook bij je collega's en management?
- 2) Hoe zorg je dat de ruil voor beide partijen aantrekkelijk blijft, ook als wensen, verwachtingen en mogelijkheden veranderen?

## Ontwikkeling en Invloed



### Ontwikkeling:

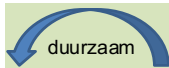
- Training en Scholing
- Intervisie
- Feedback
- Doorstroming
- Klussen stapelen

### Invloed:

- \* Vrijwilligersraad
- \* VTO
- \* Gemengde projectteams
- \* Vrijwillige coördinatoren
- \* .....

*Op weg met zin*

## Volgende stap



**Leren:** Wat werkt en wat kan beter volgens de vrijwilliger

**Hulp:** Doorverwijzing, certificaat, actieve matching

**Ambassadeur:** Betrokken houden, faciliteren

**Afscheid:** Aandacht geven en waarde vieren

*Op weg met zin*

Aan de slag met behoud: **Ontwikkeling en Invloed**, en met de **Volgende Stap**:

- 1) Welke passende mogelijkheden bied je deze doelgroep vrijwilligers om zich te ontwikkelen en invloed uit te oefenen? Wat betekent dat voor de inrichting van je organisatie?
- 2) Hoe help je deze doelgroep vrijwilligers met de volgende stap in hun (vrijwilligers)loopbaan? In hoeverre werk je daarin samen met andere organisaties in je werkgebied?