Ledenwervingsactie

#Strijddergewesten

# Algemeen info

Werk een gerichte, originele ledenwervingsactie uit en maak kans op een budget van 195 euro om jouw actie met extra Groene Kringmateriaal te ondersteunen.

Per provincie vallen er minstens 2 gewesten in de prijzen!

Stuur jullie uitgewerkte actie op basis van onderstaande criteria in voor 15 december.

# Uitwerking

## Gewest:

## Datum van uitvoeren (voorjaar/zomer 2021):

## Locatie van uitvoeren:

## Contactpersoon voor nationaal binnen het gewest:

De actie bestaat uit 9 criteria zoals herkenbaarheid, samenhangend, persoonlijk enzovoort. Daarnaast vul je ook nog aan waar en wanneer je jullie acties wenst te laten plaatsvinden en welke naam deze actie dan draagt. Je kan hieronder de tabel aanvullen voor jou gewest naargelang jullie idee! Hieronder in puntje 1.1 vind je alvast ook een inspiratielijstje met ideetjes van ledenwervingsacties die in het verleden reeds zijn gebeurd bij Groen Kring en KLJ!

|  |  |
| --- | --- |
| Uitleg | Aanvullen voor jou gewest |
| Waar willen we onze actie uitvoeren?  (bv. aan de schoolpoort, …) |  |
| Wie is onze doelgroep?  (bv. studenten, jongeren onder de 25, jongeren uit dorp x,….) |  |
| Wanneer willen we onze actie uitvoeren?  (bv. na schooltijd, tijdens de schooluren, op het dorpsfeest, …) |  |
| Herkenbaar  (Het is in één oogopslag duidelijk dat deze communicatie van Groene Kring komt.) | Onze actie is herkenbaar want …. |
| Kwalitatief  (Mooi en verzorgd communicatiemateriaal straalt inzet uit.) | Onze actie is kwalitatief want …. |
| Persoonlijk  (Mensen worden persoonlijk aangesproken.) | Onze actie is persoonlijk want …. |
| Samenhangend  (Al de onderdelen van de campagne vormen een mooi samenhangend geheel.) | Onze actie is samenhangend want …. |
| Klaar en duidelijk  (De boodschap is duidelijk, kort en bondig voor de juiste doelgroep: wie, wat, waar, wanneer, waarom.) | Onze actie is klaar en duidelijk want …. |
| Hip en trendy  (De campagne is eigentijds, gedurfd, aantrekkelijk, grappig, actueel ...) | Onze actie is hip en trendy want …. |
| Leeftijdsgericht  (Je campagne is aangepast aan de leeftijdsgroep.) | Onze actie is leeftijdsgericht want …. |
| Goed gepland  (De verschillende onderdelen van de campagne hebben een slimme timing.) | Onze actie is goed gepland want …. |
| Opvallend  (Wat in het oog springt, mysterieus is … wordt opgemerkt tussen alle andere boodschappen die jongeren krijgen.) | Onze actie is opvallend want …. |

## Inspiratielijst ledenwervingsacties

Hieronder vind je enkele voorbeelden van originele ledenwervingsacties die je makkelijk kan ombuigen in Groene Kringstyle.

* Polsbandjes maken en uitdelen tijdens lokaal evenement
* Bij KLJ speel je niet in je eentje: Op verscheidene locaties grote hoeveel heden bad eendjes plaatsen met logo en in de kleur van de organisatie
* Tornooi op plaatselijk evenement
* De organisatie kleurt je dag!
* Helden van… . verkleed als held aan ledenwerving doen.
* Hopelijk blijf je bij ons plakken!
* Promo aanhangwagen.
* Reclameborden
* Vrienden dag! Nodig je niet-lid vrienden mee uit op een Groene Kring activiteit!
* ….

Uiteraard gaan wij ervanuit dat jullie nog net dat tikkeltje origineler en spectaculairder uit de hoek komen. 😉

# Tegen wanneer? En naar waar?

* Insturen volgens dit sjabloon VOOR 15 DECEMBER 2020
* Naar: [aurelie.neirynck@groenekring.be](mailto:aurelie.neirynck@groenekring.be)
* Uitvoeren: voorjaar/zomer 2021 zodat je de nieuwe leden uiterlijk tegen september 2021 kan verwelkomen

# Nog vragen?

* Aurelie Neirynckc: [aurelie.neirynck@groenkring.be](mailto:aurelie.neirynck@groenkring.be) of +32 16 79 55 35
* Dorien Dickens: [dorien.dickens@groenekring.be](mailto:dorien.dickens@groenekring.be) of +32 16 79 55 34

# Veel succes en dat de beste moge winnen!