

UiTPAS-omruilvoordelen: een krachtige strategische tool



- Voor wie is deze toolkit bestemd?
- Waarom deze toolkit?
- Wat heeft deze toolkit je te bieden?
- Aan de slag!

Stap 1: omruilvoordelen bedenken

Stap 2: omruilvoordelen kiezen, combineren en aanbieden

Stap 3: efficiënt communiceren over je omruilvoordelen

- Meer weten?



Voor wie is deze toolkit bestemd?

Deze toolkit is een praktische handleiding voor alle UiTPAS-trekkers of UiTPAS-verantwoordelijken die al aan de slag zijn met UiTPAS, maar **sterker willen inzetten op het verhaal van de omruilvoordelen.**

UiTPAS is immers niet alleen een collectief spaarprogramma, het is ook een **voordelen-programma** waarbij gespaarde punten kunnen worden ingeruild tegen verschillende soorten voordelen.

Deze omruilvoordelen zijn meer dan een leuk extraatje: door ze strategisch en doelgericht in te zetten, vormen ze een sterke troef **om meer mensen te laten participeren aan een breed vrijetijdsaanbod.** Deze toolkit helpt je om beter aan de slag te gaan met verschillende soorten omruilvoordelen.



Waarom deze toolkit?

Een recente bevraging leert dat veel UiTPAS-gemeenten volop inzetten op UiTPAS met kansentarief, en minder investeren in het spaar- en omruilprogramma dat meer wordt gebruikt door pashouders zonder kansentarief. **Het is belangrijk dat UiTPAS zijn uitstraling behoudt als niet-stigmatiserende vrijetijdspas voor iedereen.** Door een versterkte focus op het spaar- en omruilprogramma voor iedereen wordt het evenwicht hersteld.

Uit de cijfers blijkt eveneens dat bij pashouders de neiging bestaat om bij steeds dezelfde aanbieders steeds dezelfde voordelen om te ruilen. UiTPAS wil niet alleen de participatie aan het vrijetijdsaanbod verhogen, maar die participatie ook diversifiëren – **pashouders stimuleren om eens iets nieuws te proberen.** In deze toolkit ontdek je hoe je je pashouders de weg kunt wijzen naar meer verschillende omruilvoordelen.

Door het bovenlokale aspect van UiTPAS zijn er ook in het spaar- en omruilprogramma kansen om publieken te vergroten en uit te wisselen: **iedere pashouder kan immers bij elke UiTPAS-aanbieder in alle UiTPAS-regio's punten sparen en omruilen.** Hoe je met die bovenlokale troef aan de slag kan, lees je in deze toolkit.

Kort gezegd: De finaliteit van het spaar- en omruilprogramma van UiTPAS blijft er steeds in bestaan **zoveel mogelijk mensen warm te maken voor een zo breed mogelijk vrijetijdsaanbod.** Net daarom is het cruciaal om het spaar- en omruilprogramma niet als uiteindelijke doel te zien, maar het op een strategische manier in te zetten om participatie te verhogen.

Wat

heeft deze toolkit je te bieden?

In deze toolkit helpen we je bij

- 1 het bedenken van de juiste omruilvoordelen voor jouw gemeente,
- 2 het doordacht bij elkaar brengen en aanbieden van deze voordelen en
- 3 het opzetten van een efficiënte communicatie over jouw korf met voordelen.

Aan de slag

Stap 1: Omruilvoordelen bedenken

Er vallen ongetwijfeld talloze omruilvoordelen te bedenken, **maar ze zijn enkel relevant als ze doelgericht worden ingezet**. Niet elk omruilvoordeel heeft immers hetzelfde effect op dezelfde doelgroep. Er zijn grofweg vijf categorieën omruilvoordelen. We zetten ze even op een rijtje en verbinden er de gemiddelde puntenwaarde en de respectievelijke voor- en nadelen aan.

Type 1: Korting op tickets of gratis tickets

vb

*In ruil voor 10 punten ga je gratis naar een van de Turnhoutse stedelijke musea: Begijnhofmuseum, Taxandriamuseum of het Nationaal Museum van de Speelkaart.
CC De Steiger in Boom biedt voor 10 punten een filmvoucher aan.*

- 10-15 punten (laagdrempelig)
- Voordeel: stimuleert de ticketverkoop
- Voordeel: trekt een nieuw publiek aan
- Nadeel: is minder relevant voor pashouders met kansentarif

Type 2: Eten of drinken

vb Met een gratis drankje voor 5 punten belooft Jeugdhuis De Takel in Oostende zijn trouwe leden. In GC de Kriekelaar in Schaarbeek schenkt men je voor 5 punten een gratis drankje uit tijdens een podiumactiviteit. Pashouders zullen dit voordeel opnemen als ze al op de locatie zijn, en eventueel al een ticket hebben gekocht.

- < 10 punten (laagdrempelig)
- Voordeel: belooft een trouw publiek
- Voordeel: verlaagt de sociale drempel voor mensen in armoede (het consumeren van een drankje tijdens de pauze)
- Nadeel: trekt geen nieuw publiek aan

Type 3: Gadgets

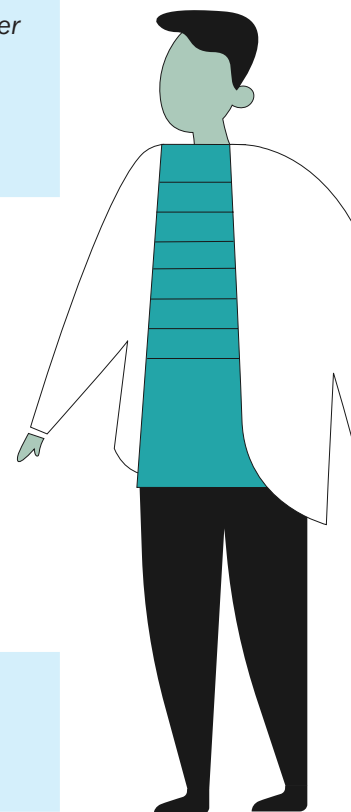
vb De Jeugddienst van Gent biedt voor 5 punten een setje stoepkrijt aan, in het kader van de Buitenspeeldag. Voor tien punten schroef je een unieke fietsbel van de Gentse Handelsbeurs op je fiets. Vaak zijn de gadgets gepersonaliseerd met het logo en de naam van het betreffende huis.

- < 10 punten (laagdrempelig)
- Voordeel: verhoogt de productwaarde van UITPAS
- Voordeel: makkelijk in gebruik en communicatie
- Voordeel: populair bij pashouders met kansentarief
- Nadeel: draagt niet bij tot participatie, stimuleert de pashoude niet om deel te nemen

Type 4: Stuntvoordelen of exclusieve voordelen

vb In Oostende konden pashouders voor 100 punten een skateboard krijgen waarop het panorama van Oostende was afgebeeld.

- > 15 punten (hoogdrempelig)
- Voordeel: krachtig marketinginstrument, kan pashouders motiveren om om te ruilen
- Nadeel: wordt in de praktijk minder vaak omgeruild

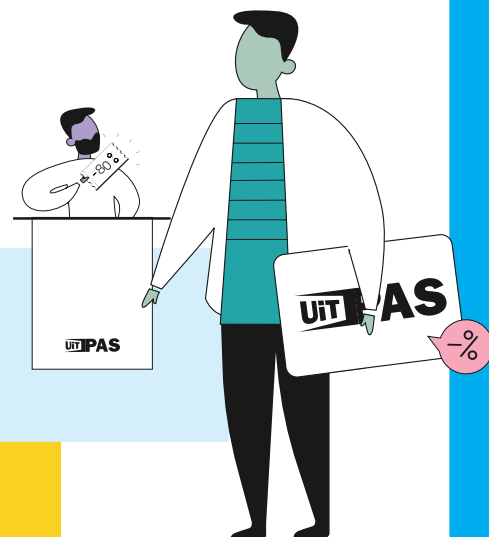


Type 5: Omruilen voor het goede doel

vb

Bij de eindejaarsactie van UiTPAS-regio Gent konden pashouders voor 10 punten knutselmateriaal schenken aan een vzw die mensen met een beperking ondersteunt bij zelfstandig wonen.

- punten naar keuze
- Voordeel: maatschappelijke meerwaarde
- Voordeel: geschikt voor tijdelijke acties zoals rond de eindejaarsperiode



NIEUW! Online omruilvoordelen

Bij het aanmaken van een voordeel kan je er als stad of gemeente sinds kort voor kiezen om het voordeel voor de pashouders 'online omruikbaar' te maken. De werkwijze hiervoor vind je [in deze handleiding](#).

vb

"Voor onze filmavond in Wielsbeke maakten we een online ruilvoordeel aan. We zijn een beginnende UiTPASgemeente, maar waren aangenaam verrast over het gebruiksgemak. Ons online ticketsysteem kon snel de nodige codes leveren waardoor de aanmaak hoogstens tien minuten in beslag nam. We hoopten dat voor deze eerste proef minstens één pashouder zijn punten online zou omruilen. Tot onze verbazing gebeurde dat vijf keer. Een geslaagde aftrap dus."

___ Gemeente Wielsbeke

- punten naar keuze
- Voordeel: minder administratie en handling voor de aanbieder
- Voordeel: laagdrempelig in gebruik voor een deel van de pashouders

Meer inspirerende voorbeelden van
alle categorieën omruilvoordelen vind je op

UiTPAS.be

Stap 2: Omruilvoordelen kiezen, combineren en aanbieden

Nu is het aan jou om te puzzelen. **Weeg de voor- en nadelen af op basis van de specifieke situatie in jouw stad of gemeente.** Stel een uitgebalanceerde korf samen van omruilvoordelen op basis van de volgende vragen:

Wat zijn de behoeften van mijn pashouders? Welke omruilvoordelen waren tot nu toe het meest populair in mijn gemeente? Check daarvoor het dashboard op jouw [UITPAS Kaartsysteem Beheer](#).

***Goed om weten:** uit onze bevraging blijkt dat gadgets vaak als omruilvoordeel worden ingezet, maar minder populair zijn dan korting op tickets. Zorg dus dat je aanbod aan omruilvoordelen inspeelt op de reële behoefte in je stad of gemeente.*

Wat zijn de behoeften van mijn aanbieders? Willen ze trouw publiek belonen of nieuw publiek aantrekken? Kan ik bepaalde organisatoren helpen om hun aanbod in de kijker te zetten bij een eventueel slabakkende ticketverkoop?

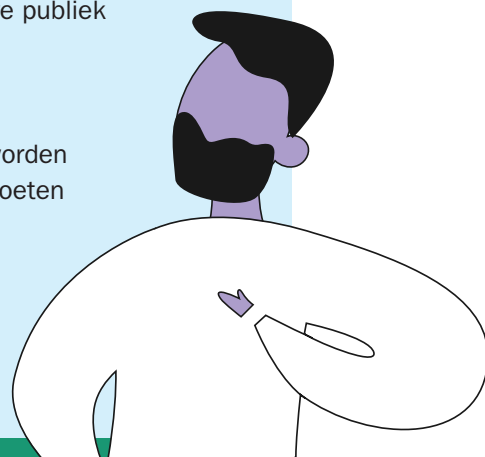
Welke doelgroep wens ik in het bijzonder te bereiken in mijn gemeente?

Leg ik de nadruk op pashouders met kansentarifief, pashouders zonder kansentarifief, nieuw publiek, ...?

Welk publiekssegment bereik ik nog niet? Wil ik inzetten op jongeren, of net op senioren? Welke omruilvoordelen kan ik bedenken op hun maat?

Welk effect wil ik graag bereiken bij mijn pashouders? Wil ik hen stimuleren om nieuwe vormen van vrije tijd te ontdekken, of dient het trouwe publiek geconsolideerd te worden met een extraatje?

Wat is de draagkracht van mijn pashouders? Hoeveel punten worden er in mijn gemeente gespaard, en hoe hoog- of laagdrempelig moeten mijn omruilvoordelen bijgevolg zijn?



1

EXTRA TIP

Naast een goede mix binnen de categorieën omruilvoordelen kan je ook spelen met de looptijd van de acties: zijn de voordelen permanent of tijdelijk? **Een goede mix tussen permanente en tijdelijke omruilvoordelen is belangrijk.** Vaste voordelen zijn vaak succesvol en sluiten het meest aan bij een klassiek getrouwheidsprogramma. Maar door tijdelijke acties stimuleer je de pashouders om niet steeds bij dezelfde aanbieder hun punten in te ruilen. Straffe maar kortlopende acties kunnen hen verleiden om de sprong te wagen naar een meer onbekend aanbod.

2

EXTRA TIP

Start je nog maar pas met UitPAS, en hebben je pashouders nog niet veel punten kunnen sparen? Begin dan klein. Om de bekendheid en productwaarde van UitPAS zelf te verhogen, kan het zinvol zijn om **in een eerste fase vooral te werken met gadgets en laagdrempelige omruilvoordelen.** Gaandeweg kan je de belevingswaarde verhogen en meer hoogdrempelige voordelen in je mix opnemen.

Kortom, je voordelenkorf dient dus voortdurend in beweging te zijn. Nieuwe voordelen? Evalueer je actuele korf: wat werkt goed en wat niet, en vooral: wat ontbreekt? Kijk ook goed naar wat de andere regio's in de aanbieding hebben, en zorg dat je complementair werkt.

Stap 3: Efficiënt communiceren over je omruilvoordelen

Heb je een aantrekkelijk pakket omruilvoordelen samengesteld, op maat van jouw stad of gemeente? Goed zo! Nu is het belangrijk om het gedane werk te verzilveren, door efficiënt over de omruilvoordelen te communiceren. Daarvoor is het belangrijk om **twee reflexen aan te kweken**.

Communicatiereflex 1: koppel sparen altijd aan omruilen

Veel UiTPAS-gemeenten communiceren helder over de locaties waar je punten kunt sparen, maar vergeten mee te geven dat je vaak op diezelfde locaties ook punten kunt omruilen. Sparen én omruilen dienen bijna reflexmatig aan elkaar te worden gekoppeld: **communiceer je over het sparen van punten op een bepaalde locatie, vermeld dan ook meteen welke voordelen er kunnen worden omgeruild**. De nieuwe spaarzuilen, waarop je bij een check-in de om te ruilen voordelen kunt zien, helpen ook de pashouder om die reflex te maken.

Communicatiereflex 2: zet je media in op maat

Voor de communicatie over omruilvoordelen geldt hetzelfde als voor de omruilvoordelen zelf: het is belangrijk **goed na te denken over doel en doelgroep**. Elk medium heeft zijn sterktes en zwaktes en bereikt zijn eigen publiek. We zetten enkele communicatiekanalen op een rijtje en lichten er de voor- en nadelen van uit.

Communicatie ter plaatse (banner, affiche, folder, ...)

- Voordeel: visueel aantrekkelijk, herkenbaar, informeert een vast publiek
- Nadeel: trekt geen nieuw publiek aan, info moeilijker aan te passen

Gemeentelijk infoblad of UiT-magazine

- Voordeel: bereikt veel inwoners, geen extra communicatiekosten
- Nadeel: beperkte frequentie, beperkte ruimte om in te vullen

Sociale media

- Voordeel: eenvoudig op te maken, geen extra communicatiekosten, informeert een vast publiek
- Nadeel: trekt geen nieuw publiek aan, bereik is afhankelijk van populariteit account, digitale drempel voor een bepaald deel van het publiek

Nieuwsbrief

- Voordeel: eenvoudig te verspreiden, informeert een vast publiek, mogelijkheid om de aanbieder in de kijker te zetten en online door te verwijzen
- Nadeel: je moet emailadressen hebben, digitale drempel voor een deel van de pashouders



Segmentatiemails

Met segmentatiemails communiceer je **gericht en op maat met een deel van je publiek**. Je kan als UiTPAS-verantwoordelijke segmentatiemails sturen naar pashouders van de eigen regio, of naar pashouders van een breder geografisch segment voor aanbod met bovenlokale uitstraling. Hierin liggen communicatiekansen! Voor bovenlokale mails vraag je steeds het akkoord van de betrokken regio's. [Lees hier alles over de segmentatietool.](#)

- Voordeel: eenvoudig te verspreiden, communicatie aangepast aan de doelgroep, mogelijkheid om de aanbieder in de kijker te zetten
- Nadeel: emailadressen moeten gekoppeld zijn aan UiTPAS, digitale drempel voor een deel van de pashouders

1

EXTRA TIP

Zorg voor **een vaste frequentie in je communicatie** over omruilvoordelen. Neem het topic daarvoor op in je globale communicatieplan.

2

EXTRA TIP

Je balie medewerker blijft het eerste aanspreekpunt voor pashouders. Zorg ervoor dat deze persoon helemaal mee is in het verhaal van omruilvoordelen.

3

EXTRA TIP

Zet in op het verzamelen van emailadressen gekoppeld aan UiTPAS. Zo kun je optimaal gebruik maken van de digitale communicatiemogelijkheden.

Meer weten, inspiratie en good practises?

Zit je nog met vragen? Wil je meer weten over de voordelen van een sterk omruilprogramma of de manier waarop je dat programma gecommuniceerd krijgt? [Op deze pagina vind je heel wat informatie gebundeld over omruilvoordelen.](#)

publiq biedt UiTPAS-gemeenten bovendien [een mini-audit aan waarin we samen je globale UiTPAS-communicatie onder de loep nemen](#): hoe loopt die communicatie, waar zitten eventuele knelpunten, hoe kan je je communicatie verbeteren, ... Ook het onderwerp van de omruilvoordelen komt uitgebreid aan bod: hoe lees ik de dashboards af en welke concrete acties kan ik aan mijn cijfers verbinden? Begeleiding op maat die je helpt met doelgerichte actiepunten, *tips en tricks*.

Veel succes!

