

Zo trek je de aandacht!

Je naamsbekendheid vergroten? Maak als kleine organisatie slim gebruik van communicatie, social media en public relations (pr)



Hoe zorg ik dat mensen mijn organisatie kennen en donateur worden?

Deze vraag stellen veel kleine organisaties zichzelf. Met groot enthousiasme wil je een stichting oprichten om bij te dragen aan een betere wereld. Maar je bent niet de enige. Er is veel 'concurrentie' en mensen kunnen maar een keer hun geld uitgeven.

Hoe word je zichtbaar? Hoe onderscheid je je? Hoe bereik je mensen? Hoe krijg je aandacht in de media? Daarover gaat deze whitepaper. We hopen je met eenvoudige tips op weg te helpen!



Inhoud

- ▶ Hoe zorg ik voor een herkenbare uitstraling? 3
- ▶ Hoe leg ik uit waar mijn organisatie voor staat? 4
- ▶ Hoe kom ik aan goed beeldmateriaal? 5
- ▶ Hoe bereik ik mijn doelgroep? 6
- ▶ Hoe kom ik aan websitebezoekers en volgers? 9
- ▶ Hoe krijg ik meer aandacht in de media? 11

Hoe zorg ik voor een herkenbare uitstraling?

1. Het begint bij de naam

De eerste stap is gelijk een moeilijke, maar wel ontzettend belangrijk: verzin een goede naam voor je stichting.

Maar wat is een goede naam? Ik raad je aan om een naam te kiezen die in ieder geval aan de volgende voorwaarden voldoet:

- De naam moet makkelijk te onthouden zijn, goed in het gehoor liggen en de lading dekken.
- Niet te lang: drie woorden is eigenlijk al de max.
- Geen moeilijke buitenlandse woorden (ook al is de betekenis prachtig).
- Er moet een internetadres beschikbaar voor zijn.

Vooraf het internetadres is ontzettend belangrijk, want dat ga je straks overal communiceren. Je kan via [Sidn.nl](https://www.sidn.nl) controleren of jouw .nl domeinnaam beschikbaar is. Is dat niet het geval, dan raad ik je aan om de naam van je stichting te heroverwegen. Je kan naast .nl ook kiezen voor een naam die eindigt op .org of bijvoorbeeld op .eu, maar mensen onthouden dat minder goed en maken bij het intypen vaak fouten, waardoor ze toch op .nl zoeken en jouw website niet kunnen vinden. De beschikbaarheid en kosten van buitenlandse domeinen kun je onder andere controleren op [Transip.nl](https://www.transip.nl).

2. Logo en huisstijl

Het logo en de huisstijl zijn een belangrijk onderdeel van je herkenbaarheid. Het is het visitekaartje voor je organisatie.

- Zorg voor een of twee herkenbare kleuren.
- Maak een logo dat symbool staat voor je organisatie. Houd het simpel en laat de kleuren van je huisstijl erin terugkomen.
- Gebruik overal hetzelfde lettertype.

Een paar tips:

Tip 1: vraag via een vrijwilligerscentrale, [De Beursvloer](#) of [Impact Matters](#) een connectie met een vormgever die je gratis wil helpen.

Tip 2: je kan online verschillende websites vinden die met behulp van AI een logo voor je kunnen ontwerpen (google op 'AI logo generator').

Tip 3: Zorg dat je huisstijl overal terugkomt: op je website, sociale mediakanalen, folders etc.

Hoe leg ik uit waar mijn organisatie voor staat?

Je zit boordevol ideeën wat je met je stichting wilt doen. Je hebt heel veel te vertellen. Nu is het zaak om tot de kern te komen. Want je wilt anderen in 1 minuut uit kunnen leggen wat jouw organisatie doet, waarom je dat doet en waar je naartoe wilt.

De kern van jouw organisatie noemen we in marketingtermen 'de corporate story': een verhaal dat inspireert en je onderscheidt van je 'concurrenten'. Maar hoe schrijf je zo'n verhaal?

1. Ga als bestuur bij elkaar zitten en vertel elkaar wat je raakt: waarom wil jij je inzetten voor een betere wereld? Van wie of wat ben jij onder de indruk? Zet alle punten op papier.
2. Schrijf aan de hand van die punten een kort verhaal, maximaal een half A4. Als je het goed doet, is het een verhaal dat inspireert en vertelt wat jouw organisatie uniek maakt.

Missie en visie

Nu je de corporate story op papier hebt, kun je de missie en visie schrijven. De missie is waar je organisatie voor staat en de visie is wat je wilt bereiken. Dit zijn korte zinnen van enkele regels. Het doel: dankzij deze zinnen kun je heel snel aan de buitenwereld uitleggen wat jouw organisatie onderscheidt van anderen.

Tip 1: Gebruik AI om je teksten te schrijven of te verbeteren. Een programma dat je kan helpen is bijvoorbeeld [ChatGPT](#).

Tip 2: Woordgebruik is belangrijk. Denk dus goed na welke woorden je wel en welke je niet wilt gebruiken. [Deze woordenlijst](#) van Partos kan je daarbij helpen.



Hoe kom ik aan goed beeldmateriaal?

Een beeld zegt meer dan duizend woorden. Je kan prachtige teksten hebben geschreven, maar zonder goede foto's en video's kom je nergens. Gelukkig is het tegenwoordig makkelijker dan ooit om aan goed materiaal te komen. De meeste mobiele telefoons beschikken over camera's die goed genoeg zijn voor jouw communicatie.

Hier wat tips:

- Vraag je projectpartner om met regelmaat nieuwe foto's te maken.
- Verzend foto's via de mail (los, niet in een Word-document) of een programma als [WeTransfer](#). Maak geen gebruik van WhtasApp, dat verkleint de resolutie van de foto's automatisch.
- Kies vooral voor foto's van mensen, dat spreekt veel meer aan dan bijvoorbeeld foto's van gebouwen of waterpompen. Zet een of twee personen per foto centraal. Hoe meer mensen er op een foto staan, des te minder emotie je kan overbrengen. Laat mensen in de camera kijken.
- Wissel liggende en staande foto's met elkaar af.
- Probeer een verhaal te vertellen: breng mensen in beeld die betrokken zijn bij een project, toon beelden van de omgeving waarin zij leven en toon het probleem dat jullie gezamenlijk oplossen.
- Bouwfoto's en beelden van vergaderingen zijn meestal saai en brengen geen emotie over. Foto's van mensen die aan het bouwen zijn, zijn juist wel weer mooi.

Tip 1: Denk na hoe je mensen in beeld wilt brengen. Zet je ze neer als hulpbehoevende personen of juist als krachtige mensen die een duwtje in de rug nodig hebben?

Tip 2: Zorg dat de mensen die op de foto staan begrijpen waar het beeldmateriaal voor gebruikt wordt en vraag om toestemming. Neem kinderen en kwetsbare volwassenen in bescherming.

Hoe bereik ik mijn doelgroep?

Je wilt van de daken schreeuwen dat jouw stichting bestaat en je wilt zoveel mogelijk mensen bereiken. Je hebt tenslotte donateurs nodig. Daarvoor heb je een website en sociale mediakanalen nodig.

Stap 1: Bouw een website

Bij de bouw van een website is the sky the limit. Je kunt zoveel geld uitgeven als je wilt. Maar waarschijnlijk is je budget bescheiden. Je kunt een vrijwilliger of een stagiair met technische kennis vragen je te helpen of je kunt een eenvoudige website opzetten met bestaande pagina-indelingen. [WordPress](#) en [Wix](#) zijn bekende programma's, waar je maandelijks een klein bedrag voor betaalt.

Stap 1: Bouw een website

Denk van tevoren na welke informatie je allemaal kwijt wilt op je website. Hier een paar suggesties:

- Zorg voor een aansprekende homepage in jouw huisstijl. Dit is je belangrijkste pagina, dus zet hier je missie en visie neer. Zorg dat mensen in één oogopslag zien waar jouw organisatie voor staat.
- Probeer bezoekers te raken, vertel op de homepage een verhaal dat raakt.
- Maak een pagina over je projecten. Vertel over je nieuwe projecten, maar vergeet ook niet te vertellen wat je allemaal hebt bereikt met oudere projecten.
- Wil je geld inzamelen? Denk dan ook aan een formulier waarmee mensen via iDeal kunnen doneren.
- Maak een pagina waar je corporate story op staat en vertel wie er allemaal in het bestuur zitten (met foto's van de bestuursleden + een persoonlijke motivatie). Laat ook je partner in het buitenland aan het woord. Zij voeren tenslotte het project uit en verdienen alle aandacht.
- Geef achtergrondinformatie over de regio waar jij je voor inzet. Waar ligt het? Wie zijn de mensen daar? Wat zijn de problemen?
- Vergeet de contactpagina niet. Hoe kunnen mensen je bereiken?

Tip: Zet altijd de donateur centraal. Niet 'wij als organisatie' kunnen levens veranderen. Nee, 'jij als donateur' kunt levens veranderen.



Stap 2: Begin op social media

De meest praktische en handigste manier om snel mensen te bereiken, is via social media. Korte verhalen en updates lenen zich uitstekend hiervoor. Mensen hebben de aandachtspanne van een goudvis, dus met kort bedoelen we heel kort. Je kan één of meerdere kanalen aanmaken.

Dit zijn de bekendste:

[Instagram](#)

Dit is het meest populaire kanaal op dit moment. Je kunt hier foto's en video's plaatsen en er een verhaal bij schrijven.

[Facebook](#)

Nog steeds een goed kanaal om mee te werken. Je kan er foto's, video's en links op plaatsen.

[TikTok](#)

Vooral populair onder jongeren. Hier kun je korte video's plaatsen om vooral op een ludieke manier aandacht te krijgen.

[LinkedIn](#)

Wordt steeds populairder. Wordt vooral gebruikt voor zakelijke communicatie, maar je kunt het heel goed gebruiken om meer bekendheid voor je stichting te krijgen.

[X](#)

Voorheen bekend als Twitter. Een kanaal waar je korte berichten kunt delen, bijvoorbeeld updates over je projecten.

Tip 1: Instagram en Facebook zijn beide van Meta, je kunt berichten makkelijk doorplaatsen op beide kanalen.

Tip 2: Je kan een kanaal aanmaken voor je stichting, maar je hebt in de meeste gevallen een persoonlijk account nodig, zodat te achterhalen is welk persoon achter deze organisatie zit.

Tip 3: Haak aan bij nieuws in de media of google naar een inhaakkalender.



Hoe kom ik aan websitebezoekers en volgers?

Je hebt een prachtige website en een of meerdere sociale mediakanalen opgezet. En nu? Mensen vinden jouw stichting niet vanzelf.

Nu is het zaak om regelmatig je doelgroep op te zoeken en mensen te vragen jou te helpen.

Wie geld heeft, bereikt zijn doelen sneller. Je kan bijvoorbeeld adverteren via [Google Ads](#), zodat je hoger in de zoeklijsten komt of zodat je met een advertentie zichtbaar wordt op andere sites.

Maar lang niet iedereen heeft daarvoor budget. De meest simpele manier is om overal de naam van je website te vermelden. Schrijf persberichten (zie volgende hoofdstuk) met de link erin, vraag andere websites om je link te noemen. Maak een folder over je organisatie en deel dit uit.

Houd je website interessant

Schrijf regelmatig een nieuwsbericht of blog (of laat je partner dit doen!) en deel dit met iedereen die je kent. Door regelmatig (bijvoorbeeld 1x per maand) iets nieuws te schrijven, heb je twaalf keer per jaar een kans om mensen bij je werk te betrekken.

Maak een nieuwsbrief

Een mooie manier om aandacht te krijgen is het versturen van nieuwsbrieven. In deze e-mails schrijf je korte teksten over de informatie op je website, je trekt mensen als het ware naar je website toe. Vraag je lezers de nieuwsbrief door te sturen naar anderen en zorg voor een aanmeldformulier op je website, zodat nieuwe lezers zich op je nieuwsbrief kunnen abonneren. Zorg wel dat je alle [AVG-regels](#) in acht neemt.

Je kunt voor de opmaak van je nieuwsbrief en het beheer van je database prachtige online software vinden. [Mailchimp](#) is bijvoorbeeld een veelgebruikt programma, maar niet gratis.

Tip: Stuur niet te vaak een nieuwsbrief. Vier keer per jaar is al mooi. Mensen worden overladen met e-mails, dus zorg voor een opvallend onderwerp en maak je mailing aantrekkelijk met de kleuren uit je huisstijl en met mooie foto's.

Word actief op sociale media

Je bereikt alleen maar meer mensen als je regelmatig nieuwe berichten op sociale media plaatst. Dat hoeft helemaal niet ingewikkeld te zijn. Deel bijvoorbeeld wekelijks een mooie foto of korte video. Stel eens een vraag aan je volgers, doe een poll of deel een bijzonder verhaal.

Tip 1:

Gebruik #hashtags. Dit zijn woorden waarmee je een soort label aan je teksten geeft. Ben je bijvoorbeeld bezig met een onderwijsproject in Kenia, gebruik dan #onderwijs, #kenia etc. Zo kunnen mensen die geïnteresseerd zijn in Kenia jouw initiatief sneller vinden.

Tip 2:

Reageer op reacties. Je zult negatieve opmerkingen krijgen, dat is helaas onderdeel van sociale media. Zinloze opmerkingen kun je negeren, maar mensen die oprecht geïnteresseerd zijn of kritische vragen stellen verdienen een antwoord. Het helpt je om zichtbaarder te worden en komt je betrouwbaarheid zeker ten goede.

Tip 3:

Zet video's op YouTube en deel dat via je website en sociale media. Mensen delen graag mooie video's. Een ideale kans om zo uiteindelijk mensen naar je website te krijgen.

Langzaam maar zeker werk je zo aan een grotere naamsbekendheid!



Hoe krijg ik meer (gratis) aandacht in media?

Online zichtbaarheid is een belangrijk middel dat je voor groot deel zelf in de hand hebt.

Maar daarnaast bestaan er ook (lokale en regionale) kranten, tv-zenders en websites met een groot bereik.

Dit zijn ideale kanalen om meer naamsbekendheid te krijgen.



Stap 1: Bedenk nieuws

Ga aan het begin van ieder jaar met je bestuur om de tafel zitten en bedenk met welk nieuws jij de media wilt benaderen.

Het is niet realistisch om maandelijks de krant te halen. Dus houd het bij bijvoorbeeld twee nieuwsberichten verspreid over het jaar.

Dit hoeft helemaal geen groot nieuws te zijn. Voorbeelden zijn: je organiseert een verkoop van handgemaakte spullen uit Peru, je krijgt bezoek van je partner uit Indonesië, je zet een crowdfunding op touw samen met de basisschool uit je eigen dorp of misschien viert je organisatie een jubileum. Begin bij de media die zo dicht mogelijk bij jou in de buurt zijn: de lokale huis-aan-huiskrant, lokale omroep, websites met nieuws uit de regio en kijk pas daarna verder naar provinciale kranten en landelijke media.

Tip: Lokale media zijn vaak bijzonder geïnteresseerd in jouw persoonlijke verhaal en de speciale band die je hebt met mensen die in armoede leven.

Maar je kunt ook groter denken: landelijke media zijn ook altijd op zoek naar verhalen. Zijn er verkiezingen in Ghana? Schuif je partner naar voren als lokale deskundige. Is er een natuurramp geweest? Jij kent vast mensen die meer over het gebied kunnen vertellen of je kan jezelf aanbieden als iemand met veel kennis.

Hoe krijg ik meer (gratis) aandacht in media?

Realiseer je ten eerste dat journalisten altijd op zoek zijn naar nieuws. Er moeten tenslotte dagelijks pagina's gevuld worden en items voor televisie worden gemaakt. Daarom hier een paar eenvoudige stappen om meer aandacht in de media te krijgen.



Stap 2: Benader journalisten

Je kan een persbericht schrijven en dat mailen naar de redactie. Maar grote kans dat je zorgvuldig geschreven verhaal onderop de stapel belandt. Niemand kent je organisatie, dus er wordt nauwelijks aandacht aan besteed. Probeer daarom een persoonlijke band op te bouwen met een lokale journalist. Benader deze persoon via de mail (adressen vind je vaak op de website van de krant of in het colofon) en vraag of je een keer mag bellen. Vertel kort en bondig wat je wilt.

In de praktijk zien we regelmatig dat wanneer een organisatie eenmaal een band heeft met een journalist of redactie, mensen maar hoeven te bellen of mailen en het nieuws wordt geplaatst.

Stap 3: Schrijf zelf persoonlijke verhalen

Neem contact op met bekende websites of kranten en vraag of je jouw persoonlijke verhaal mag delen. Websites zoals bijvoorbeeld die van Wilde Ganzen hebben een blog waar mensen hun verhaal kwijt kunnen. Kranten hebben vaak een brievenrubriek. Jij krijgt de kans om je naamsbekendheid te vergroten en de website/krant krijgt er waardevolle content voor terug.



/ Meer weten?

Meer informatie

Neem contact op met **Wilde Ganzen** via servicedesk@wildeganzen.nl of bel +31 (0)33 204 5555 en kies optie 1. Of neem rechtstreeks contact op met je Adviseur Projecten.

Het opbouwen van je naamsbekendheid is een kwestie van een lange adem. Maar je hoeft echt geen communicatiedeskundige te zijn om je bereik te vergroten. Het is gewoon een kwestie van beginnen. Je website kan je altijd weer aanpassen. En sociale media zijn vluchtig. Als een bericht nauwelijks wordt gelezen, begin je morgen met een nieuwe poging.

Hier nog wat tips die je verder op weg helpen:

[Frame Voice Report! toolkit](#)

Dit subsidieprogramma van Wilde Ganzen bestaan niet meer, maar op de website vind je nog wel een schat aan informatie over hoe je het beste je verhaal kan vertellen, hoe je samenwerkt met de media en hoe je publiek betreft.

[Werven van vrijwilligers](#)

Je hoeft niet alles zelf te doen. Er zijn genoeg mensen die je kosteloos willen helpen. In deze whitepaper geven we je tips hoe vrijwilligers je kunnen helpen.

[Voorbij de borrelpraat](#)

Wil je meehelpen feiten over ontwikkelingssamenwerking te delen en fabels te ontcrachten? Zoek je redenen waarom jouw initiatief juist wel een bijdrage levert aan het terugdringen van armoede? In dit boekje vind je 16 vragen en antwoorden die je mag kopiëren en delen.

[Partin toolkits](#)

Partin is de Nederlandse brancheorganisatie voor particuliere initiatieven in internationale samenwerking. Op hun website vind je veel toolkits over communicatie en fondsenwerving .

