

Promotiehandleiding

Om deelnemers te werven voor uw Schoolzwemkampioenschappen is het belangrijk om promotie te maken bij de scholen in de buurt. Veel scholen zullen jaarlijks terugkomen, maar bij andere scholen moet u actiever promotie maken om hier teams te werven voor het Schoolzwemkampioenschappen.

Logo

Maak gebruik van het logo van de Schoolzwemkampioenschappen om herkenbaarheid voor de Schoolzwemkampioenschappen te genereren. Het logo is te [downloaden](#) via de website en zo te gebruiken voor al uw uitingen rondom de Schoolzwemkampioenschappen.



Doelgroep(en)

Wanneer promotie gemaakt wordt, kunt u onderscheid maken tussen de verschillende doelgroepen die u probeert te bereiken. Allereerst zijn daar de **scholen** zelf. Scholen kunnen een belangrijke rol spelen in de verspreiding van de informatie onder de leerlingen en het is daarom van belang om ook hen te enthousiasmeren en te betrekken bij het evenement. Daarnaast, de doelgroep waar het eigenlijk allemaal om draait, de **kinderen**. De kinderen zullen in veel gevallen tussen de 6 en 12 jaar oud zijn. Probeer rekening te houden met de leeftijd, want kinderen in groep 3 zijn op een andere manier te bereiken dan kinderen in groep 8. Tot slot, **de ouders**, een niet te vergeten doelgroep wat betreft de communicatie en promotie in aanloop naar het evenement. Houdt altijd goed in het achterhoofd op welke van deze groepen je probeert te bereiken, want het kanaal, taalgebruik en 'beeldmateriaal' zal daarop aangepast moeten worden.

Scholen

Wanneer u contact opneemt met de scholen kunt u dit doen via een mail, de telefoon of door een **afpraak** te maken op school zelf. Natuurlijk is een combinatie van dit alles ook een goede optie. Het is belangrijk om vooraf te weten wie binnen de school verantwoordelijk is voor dit soort taken. Een **email** die al aan de juiste persoon gericht is, wordt vaak eerder en beter opgepakt dan een email zonder juiste tenaamstelling. Mocht u niet weten wie de juiste contactpersoon is, dan is de volgorde van belang. Neemt u dan eerst **telefonisch** contact op of ga eens (zonder afspraak) langs. Zo heeft u dan direct een gezicht bij de contactpersoon, en de persoon ook bij u. Vervolgens is het van groot belang dat dit contact goed onderhouden wordt.

Tip: Betrek de buurtsportcoach, de lokale sportservice of het lokale sportbedrijf bij promotie van het kampioenschap. Zij hebben goede contacten met scholen. Goed om te weten: alle kampioenschappen waarbij meer dan tweehonderd kinderen meedoen, is de sportservice of het sportbedrijf uit de gemeente betrokken! Neem dus ook contact op met uw gemeente of sportservicebureau. Een voorbeeldbrief om hen aan te schrijven vindt u [hier terug](#).

Door de hoge werkdruk onder de leerkrachten, zorgt er bij sommige scholen voor dat een groep ouders betrokken worden bij de organisatie van diverse (sport)activiteiten. Mocht dit zo zijn kunt u natuurlijk ook contact zoeken met deze personen.

Vraag aan de verantwoordelijken binnen de scholen wat de mogelijkheden zijn. Zo zou de school de datum van het kampioenschap op kunnen nemen op de **schoolkalender**. Daarnaast zou er een bericht geplaatst kunnen worden in de **nieuwsbrief** of op de **website** van de school. Mogelijk vindt de school het goed als er **posters** in de school of in de schoollokalen gehangen worden. Wellicht kunt u zelf, of kunnen de leerkrachten, **flyers en stickers** uitdelen onder de leerlingen van groep 3 tot en met groep 8. Om dit alles in goede banen te leiden, is het aan te raden om minimaal **één persoon op iedere school actief te betrekken** bij de promotie van het evenement. Dit kan een ouder zijn, van een lid van uw vereniging, een gymdocent of enthousiaste leerkracht.

Kinderen

De kinderen zijn op verschillende manieren te bereiken. Wat vriendjes of vriendinnetjes vinden heeft grote impact op de leerling zelf. Het is daarom een goed idee om **kinderen vanuit de vereniging te betrekken bij de promotie**. Kies er bijvoorbeeld voor om per school (of nog mooier, per klas) een lid aan te stellen als jonge ambassadeur van de vereniging, op die manier kunnen zij hun school- of klasgenoten enthousiasmeren voor het kampioenschap. Daarnaast kun je gebruik maken van de mogelijkheden die de school kan bieden (zie de suggesties onder het kopje 'Scholen' hierboven.)

Tip: Zet ook de leden van uw vereniging in om het kampioenschap te promoten. Zij kunnen hun klasgenoten, vriendjes en vriendinnetjes veel beter enthousiasmeren dan een heel team volwassenen bij elkaar!

Jongere kinderen zitten in veel gevallen niet op **social media**, waar oudere kinderen wellicht al wel actief zijn. Dat betekent niet dat promotie via social media niet hoeft, want ook ouders en verzorgers zitten op internet! Pas wel even uw taalgebruik aan. Onder het kopje 'Kanalen' kunt u nog meer vinden over het inzetten van social media.

Tip: Organiseer naast het gewone programma ook een ludieke estafette of activiteit en neem dit mee in de promotie.

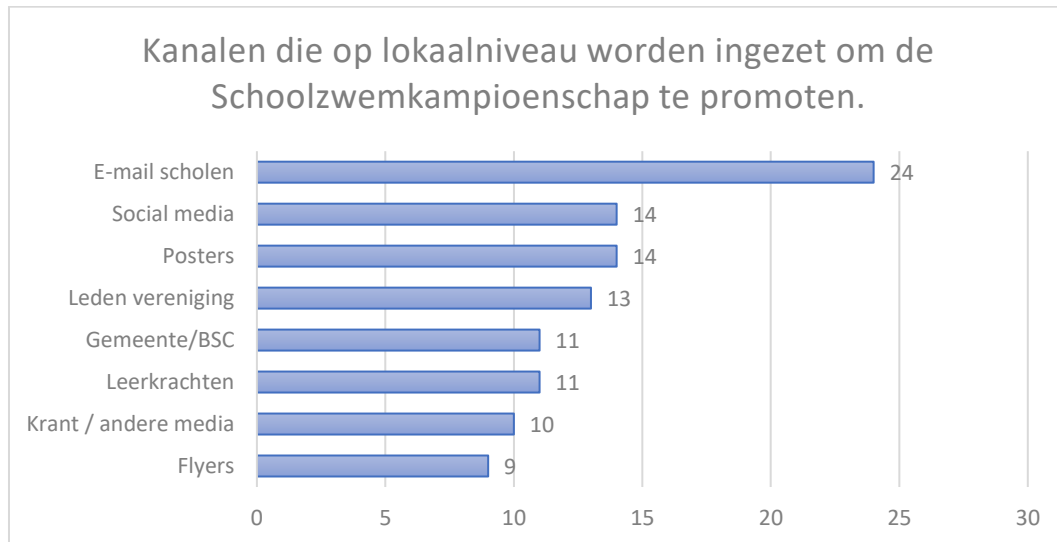
Ouders

De ouders vormen een belangrijke schakel, zij beheren de agenda van jouw potentiële deelnemer. Het is belangrijk om naast het enthousiasmeren van de deelnemers (dit kan in sommige gevallen ook heel goed via de ouders) ook de ouders goed op de hoogte te houden.

Kanalen

Er zijn verschillende manieren om jouw boodschap bij de doelgroep te krijgen. Het is slim om hier van tevoren eens goed over na te denken. Zo zijn scholen het best telefonisch of per mail te bereiken. U kunt er ook voor kiezen om een afspraak te maken en langs te gaan op school. Sommige organisatoren werken met zekere ambassadeurs, ook die kunnen contact op nemen met de scholen. De jongere kinderen zullen nog niet op social media zitten, en zijn gemakkelijker te bereiken via de school of via de ouders, terwijl de wat oudere kinderen misschien al wel gebruik maken van deze kanalen.

Uit de enquête onder organisatoren van het Schoolzwemkampioenschap kwam naar voren dat zij het kampioenschap via de volgende manieren onder de aandacht brengen.



Social media

De promotie via social media kan tegenwoordig eigenlijk niet meer vergeten worden. Om dit zo effectief mogelijk te kunnen doen, zijn hieronder enkele tips opgesomd waardoor uw bereik via social media zo groot mogelijk is.

- **Tip 1**

Zorg ervoor dat het bericht dat je plaatst leuk is! Mensen gaan op social media voor entertainment of om op de hoogte te blijven van sociale activiteiten. Stel een vraag of lok een reactie uit, zodat mensen reageren op je bericht.

- **Tip 2**

Maak een leuke video ter promotie van je evenement. Video's werken op dit moment beter dan enkel afbeeldingen of tekst. Post een aftermovie van vorig jaar of maak een leuke promotie van grappige activiteiten die je dit jaar gaan plaatsvinden tijdens de Zwem4daagse. Het is belangrijk dat je video ook zonder geluid leuk is! Veel personen kijken namelijk veel video's zonder geluid. Je kunt er ook voor kiezen om je video te laten ondertitelen.

- **Tip 3**

Moment van posten, is erg belangrijk. Hoe langer het duurt voordat een persoon inlogt (sinds de post is geplaatst), hoe verder de post zakt in de tijdlijn en hoe kleiner de kans is, dat men de post ziet. Je het belangrijk om net je bericht te posten, voordat er veel mensen op het social media kanaal inloggen.

- **Tip 4**

Hoe lang of hoe vaak een bericht wordt getoond op een tijdlijn, hangt af van hoe 'belangrijk' Facebook het bericht vindt. Facebook vindt een bericht belangrijk als er veel opmerkingen onder worden geplaatst, het bericht veel geliket of gedeeld wordt. Vraag mensen dus in je omgeving om dit bericht te liken of te delen.

- **Tip 5**

Op het moment dat het mogelijk is: betrek andere pagina's (zoals organisatoren of zwembaden) in je post, dus taggen of benoemen. Dit kan ook zorgen voor een groter bereik, omdat hierdoor Facebook je bericht ook als 'belangrijker' ziet.

- **Tip 6**

Als je als organisatie 'Live' gaat, dan trekt dit veel bekijks! Hoe langer je Live gaat, hoe meer bekijks je hebt. Hetgeen wat je filmt moet namelijk wel grappig of interessant zijn, want anders stoppen mensen met kijken.

- **Tip 7**

Post niet te veel berichten. Als mensen je bericht niet liken, erop reageren of delen, dan worden de volgende berichten van jouw organisatie de keren erna niet meer getoond op de tijdlijn van de desbetreffende personen die je bericht eerder niet hadden geliket. Zorg ervoor dat je daarom een paar berichten post, waar veel aandacht naar uitgaat. Kwaliteit boven kwantiteit!

Gemeente

De gemeente, of sportservice organisatie, heeft in veel gevallen allerlei kanalen waar u als organisatie gebruik van kunt maken. Zo kunt u wellicht een bericht plaatsen in de nieuwsbrief of op de website van de sportservice of het sportbedrijf. Daarnaast is het wellicht mogelijk om gebruik te maken van de activiteitenkalender van de gemeente of vraag eens na wat de mogelijkheden van hun netwerk zijn.

Lokale media

Hoewel veel communicatie tegenwoordig via de sociale media gaat kan de lokale media nog steeds erg effectief zijn voor de promotie van de Schoolzwemkampioenschappen. Juist omdat bewoners willen lezen wat er in de buurt te doen is. Een lokale krant wil wellicht een **mooie aankondiging** doen. Een foto is altijd een mooie toevoeging die direct de aandacht van de lezer trekt. Goed dus om na te gaan wat de mogelijkheden zijn. Het is ook een goed idee om een **verslaggever of cameraman uit te nodigen** voor het evenement zelf. Op deze manier kunnen zij ook na de Schoolzwemkampioenschappen een leuk artikel plaatsen.