

Zo start je een geslaagde actie voor Lymph&Co: tips van Martijn

De afgelopen maanden ben ik volop bezig geweest met de actie '40 van Hoevelaken' met als doel zoveel mogelijk geld binnen te halen voor Lymph&Co. Om het bereik van mijn actie zo groot mogelijk te maken heb ik verschillende kanalen ingezet om zoveel mogelijk bekendheid te creëren, maar hoe heb ik dat aangepakt? Ik neem jullie graag mee in een aantal stappen die je mogelijk kunt gebruiken om je eigen actie tot een nog groter succes te maken.

1. Brainstorm

Je wil natuurlijk zoveel mogelijk geld ophalen voor Lymph&Co, maar zorg dat je zelf een goed plan maakt voor je actie. Heeft het een speciale oorzaak of kan je de actie koppelen aan een speciale gelegenheid? Maak hier dan gebruik van. Bij mijn actie was mijn 40e verjaardag de aanleiding en daarvan heb ik in combinatie met rondjes fietsen door Hoevelaken de actienaam '40 van Hoevelaken' van gemaakt. Op deze manier heb je een kapstok waaraan je al je communicatiedingen kunt ophangen.

Heb je een goede kapstok, ga dan verder met het opdoen van ideeën. Dit kan zijn door bij andere acties te kijken, maar je kan natuurlijk via Google of ChatGPT veel andere ideeën opdoen die je kan inzetten voor jouw actie.

2. Maak een planning

Heb je een plan of actie bedacht, zorg dan dat je een planning uitwerkt. Dit kan in eerste instantie op weekniveau en kan je in een later stadium uitwerken op dagniveau. Begin bij je planning bij de actiedag en werk dan in stappen terug. Zo maak je voor jezelf bepaalde ijkpunten waarop je kan communiceren en weet je ook vooraf welke dingen je op welk moment af wil hebben. Zorg in je planning dat je de zaken voldoende spreidt, zodat je continue aandacht hebt voor je actie en de betrokkenheid groter en groter maakt.

Bij mijn actie was de actiedag op 25 oktober. Daarbij ben ik direct na de zomervakantie begonnen met de voorbereiding en heb ik bepaalde ijkpunten (1 dag voor de actie, 40 dagen voor de actie, 3 maanden voor de actie etc.) gebruikt voor bepaalde communicatie. Tussendoor heb ik het ontwikkelen van flyers en posters gepland en had ik op vaste momenten mijn updates voor mijn social media kanalen gepland.

3. Zet je actiepagina op en betrek Lymph&Co

Wat is een betere centrale plek voor al je updates dan een eigen Lymph&Co actiepagina, In een paar korte stappen maak je een eigen profiel aan en vervolgens kun je eenvoudig een pagina opzetten. Gebruik daarvoor een mooie foto en maak een korte tekst met uitleg over de actie (aanleiding, wat ga je doen, wat is je doel etc). Deze actiepagina kun je vervolgens op alle mogelijke momenten delen.

Lymph&Co is een erg actieve stichting en is tijdens de hele actieperiode actief betrokken bij jouw actie. Je krijgt tips&tricks, maar je kan ze ook vragen om zaken voor je te ontwerpen of jouw actie aandacht te geven op hun social media kanalen.

Tijdens onze actie was de actiepagina het centrale punt is onze communicatie. We deelden de link zoveel mogelijk via onze social kanalen en ook in onze updates richting de media namen we altijd de link of een QR code mee in het bericht. Met Lymph&Co was er een hele nauwe samenwerking. Er was altijd ruimte om te sparren via WhatsApp of mail, hulp bij het ontwerpen van de cheque en aandacht voor de actie op de social media kanalen.

4. Betrek familie, collega's, vrienden en burens

Het is vrijwel onmogelijk om je actie in je eentje tot een succes te maken. Betrek daarom je familie, collega's, vrienden en burens bij je actie. Dit kan je doen via WhatsApp en je social media kanalen, maar natuurlijk kun je op je werk ook de interne communicatiekanalen (vraag wel even toestemming of het mag) gebruiken of kun je flyers maken en die in je buurt langsbrengen.

Tijdens onze actie hebben voor mijn familie een speciaal WhatsAppbericht gemaakt met een foto, korte tekst en een directe link naar de actiepagina. Op mijn werk heb ik een interne mail gestuurd met een korte uitleg en link naar de actiepagina. Voor mijn burens heb ik een flyer gemaakt en door de bus gedaan. Wij fietsten tijdens onze '40 van Hoevelaken' een vaste ronde van 3 kilometer, waarbij we voor alle huizen aan de route een aparte flyer hebben gemaakt en door de brievenbus hebben gedaan.

5. Betrek lokale ondernemers

Wil je de actie nog een groter bereik geven? Zorg dan voor aandacht in je stad of dorp. Dit kan je op verschillende manieren doen, maar het aanhaken van lokale ondernemers is een goede stap. Je kan vragen of je flyers mag neerleggen in de winkel of restaurant of dat je bijvoorbeeld poster mag ophangen op de winkelramen of bij de kassa. Zo zorg je

ervoor dat je actie zichtbaar wordt voor iedereen. Gebruik daarbij wel een herkenbare foto, laat je actienaam terugkomen en blijf verwijzen naar je actiepagina.

In Hoevelaken hebben we een poster gemaakt voor de winkeliers en zijn we bij alle winkeliers, eet- en drinkgelegenheden langs geweest met de vraag of we een poster mochten neerhangen. Bij de lokale Jumbo hebben we gevraagd of ze een maand lang de statiegeldbonnen voor onze actie wilden sparen. Dat leverde ook een mooie extra op zonder al te veel moeite er voor te hoeven doen.

6. Betrek lokale en regionale media

Elke plaats of regio heeft zijn vaste kranten en nieuwswebsites, maak daar met je actie gebruik van. Een actie voor een goed doel trekt namelijk vaak de aandacht en media willen daar graag aan meewerken. Ook hier moet je weer goed beslagen ten ijs komen. Doe eerst een inventarisatie van de media die in jouw buurt aanwezig is. Speur naar contactgegevens van lokale nieuwssites, lokale kranten en regionale nieuwszenders. Heb je die verzamelt, ga dan aan de slag met een artikel en zorg voor een bijpassende (rechtenvrije) foto.

Bij onze actie hebben we de media al in een vroeg stadium aangehaakt met een eerste bekendmaking zo'n 2,5 maanden voor de actiedag zelf. Daarna hebben we nog een update gedaan met een tussenstand qua donaties en de ondernomen stappen die we al hadden gezet. Een week voor de actie hebben we de media nog een keer bericht dat de voorbereidingen bijna klaar waren en hebben we ze ook uitgenodigd om de actiedag bij te wonen. Na afloop van de actie hebben we een bericht naar de media gestuurd met een update over de actiedag, het voorlopige eindbedrag en het vervolg. Veertig dagen na de actiedag hebben we de actie definitief gesloten en de media nog een keer bericht over het eindbedrag.

7. Gebruik social media

Social media is niet meer weg te denken uit de huidige maatschappij. Ook voor jouw actie kan dit een uitstekend communicatiemiddel zijn. Gebruik het voor korte updates van voorbereidingen (uitdelen flyers, trainingen etc) en voor je mijlpalen (nog zoveel dagen tot de actie, langere update met verwijzing naar actiepagina). Wees daarbij consistent in je berichten: kies voor dezelfde opbouw van een bericht, een maak gebruik van een vaste hashtag, zorg van uniek foto/videomateriaal en haak in op trends en zaken die spelen.

Tijdens onze actie heb ik vrijwel elke dag een story gepost op mijn Instagram over de voorbereidingen. Dit ging van een video van een training tot een foto van het maken een flyer en van het uitdelen van de posters tot een screenshot met de tussenstand van de actie. Tussendoor postte ik op vaste momenten een updatebericht met een korte tekst, foto en link naar de actiepagina.

8. Actie(dag)

Op de actiedag zelf heb je wellicht weinig tijd om aan je communicatie te denken, maar een korte social post voorafgaand aan de actie en na de actie is zo gedaan. Zorg alvast dat je de post een dag van te voren klaar hebt staan en dan kan posten. Het kan ook een idee zijn om iemand toegang te geven tot je socials, zodat deze persoon tijdens de actie updates kan geven van jouw actie.

We hebben de avond voor onze actiedag een post gedaan en vrij snel na afloop ook een post met het voorlopige eindbedrag. Tijdens de actie was het plan om zelf zo nu en dan een update te doen, maar door het slechte weer kwam dat er niet van. We hebben Lymph&Co tijdens de hele actie betrokken en hebben we gevraagd om een cheque voor ons te maken. Bij de finish was Kirsten namens Lymph&Co aanwezig om de cheque in ontvangst te nemen. Een erg mooi moment!

9. Na de actie(dag)

De actie zit erop, dus direct in de ruststand. Niet doen! Een of twee dagen na de actie is juist het moment om nog een slinger te geven aan je actie. Maak een terugblik op je actiepagina, post het op je socials, deel berichten van anderen die iets over jouw actie hebben gepost en informeer de media met een verslag van de actiedag, het voorlopige eindbedrag en jouw reactie.

We hebben de dag na de actie een update geplaatst op onze actiepagina en deze gedeeld op de social kanalen. Ook hebben we een bericht uitgestuurd naar alle media met een verslag en foto's. Wij hadden het geluk dat er ook veel media langs was gekomen, dus die berichten, foto's en video hebben we zoveel mogelijk gedeeld. Ook hierbij geldt weer, kies voor spreiding en houdt de aandacht zo lang mogelijk vast. Zo kan je ook na de actie nog donaties binnen halen. Elke euro telt!

10. Afronding

Er komt een moment dat de actie echt klaar is en dat moment moet je vooraf goed kiezen. Maak daar nog weer een moment van door het definitieve eindbedrag bekend te maken en iedereen (nogmaals) te bedanken voor hun aandacht en inzet. Dit kan door een update op social media, maar vergeet ook niet de media hierbij weer te updaten

met een kort bericht en een foto. Je haalt er dan wel geen donaties meer mee binnen, maar je vestigt wel weer opnieuw de aandacht op jouw actie en de stichting Lymph&Co.

Bij onze actie liep de statiegeldactie nog enkele weken door. Nadat deze actie gesloten was hebben we precies 40 dagen na de '40 van Hoevelaken' het definitieve eindbedrag bekend gemaakt via een post op social media en een bericht met foto naar de lokale media.

En nu jij!

Moet je dan al deze stappen volgen om tot een succesvolle actie te komen? Zeker niet! Het succes van de actie bepaal je helemaal zelf. Elke euro is er een en komt ten goede aan de idealen van Lymph&Co. Soms heb je gewoon geen tijd om al die extra dingen er naast te doen, voel je daardoor zeker niet bezwaard. Het moet vooral leuk zijn om met een actie aan de slag te gaan.

Wil je wel de extra dingen doen, maar kom je er niet helemaal uit en wil je toch aan de slag? Trek dan aan de bel bij Lymph&Co. Wij kunnen je met raad en daad terzijde staan en zorgen dan samen met jou voor de juiste aanpak.