**TIPS TER PROMOTIE VAN ACTIVITEITEN**

Voor wie: Organisaties die een activiteit onder de aandacht willen brengen

Doel: Aandacht voor lokale activiteiten in aanloop/tijdens Week tegen Eenzaamheid

Vragen: Voor vragen neem contact op met het programmateam Eén tegen eenzaamheid

 Marc van Dijck, mb.v.dijck@minvws.nl.

Om de activiteit van jouw organisatie tijdens de Week tegen Eenzaamheid onder de aandacht te brengen bij de doelgroep, hebben we vanuit het programma Eén tegen eenzaamheid een aantal tips opgesteld. Deze tips helpen je bij het opstellen van aansprekende content en het effectief bereiken van de doelgroep.

Wat heb je georganiseerd?

Zorg dat je een duidelijke omschrijving opstelt van de activiteit die jouw organisatie organiseert tijdens de Week tegen Eenzaamheid. Geef hierin antwoord op de vragen:

* Waar gaat de activiteit over en wat er gaat gebeuren?
* Voor wie is de activiteit georganiseerd (wie nodig je uit)?
* Wanneer vindt de activiteit plaats en vanaf hoe laat?
* Waar is de activiteit (welke locatie of waar online)?
* Hoe kan men zich kan aanmelden en tot wanneer?

Deze informatie is de kern van de inhoud die je kunt gebruiken voor verschillende communicatiemomenten.

*Tip: vermeld een telefoonnummer voor vragen of om op te geven. Niet iedereen is even digitaal en dan biedt het vertrouwen als iemand zich telefonisch kan opgeven en eventueel meteen vragen kan stellen.*

*Tip: willen mensen naar een eenzaamheids-activiteit of gewoon naar een leuk etentje? De activiteit is in kader van de Week tegen Eenzaamheid, maar voor communicatie naar de doelgroep raden we aan het niet over eenzaamheid te hebben. Gebruik bijvoorbeeld het motto ‘Kom erbij’.*

**Hoe breng ik mijn activiteit onder de aandacht**

1. **Ontwikkel en verspreid een persbericht**

Ontwikkel een persbericht naar lokale media. Hiervoor kun je het format uit de [Week tegen Eenzaamheid-toolkit](https://news.pressmailings.com/hvdm/een-tegen-eenzaamheid-toolkit-campagne-week-tegen-eenzaamheid) gebruiken waar je alleen de informatie over jouw activiteit hoeft toe te voegen. Het format is speciaal ontwikkeld voor de lokale partners.

Verspreid het persbericht via relevante kanalen. Verstuur het bijvoorbeeld in een nieuwsbrief aan je leden. Ook zijn er online veel lokale media te vinden waar je zelf artikelen kunt plaatsen. Redacties van huis-aan-huisbladen of lokale media zijn vaak blij met jullie persbericht.

1. **Deel je activiteit via sociale media**

Social media, zoals Facebook, Twitter, Instagram en LinkedIn zijn ook goede kanalen om in te zetten om je activiteit onder de aandacht te brengen. Hieronder vind je voorbeelden die je kunt gebruiken ter inspiratie.

*Voorbeeld 1: algemeen bericht Week tegen Eenzaamheid – half september*

Van 29 september tot en met 6 oktober is de Week tegen Eenzaamheid. Wij doen mee, jullie ook? Check [url met meer informatie] om te kijken wat jij kunt doen. #eentegeneenzaamheid #komerbij

*Voorbeeld 2: promotie van activiteit – half t/m eind september*

Vanaf 29 september is de Week tegen Eenzaamheid. Ontmoeting staat centraal. Wij zetten ons in door [activiteit] te organiseren voor [doelgroep] om mensen dichter bij elkaar te brengen. Weet je iemand die deel moet nemen? Kom samen! [aanmeldlink] #eentegeneenzaamheid #komerbij

*Voorbeeld 3: promotie van activiteit – half t/m eind september*

Kom erbij! Op X oktober organiseren wij [organisatie] [activiteit]. Doe jij mee? Aanmelden kan via [link]. #eentegeneenzaamheid #komerbij

*Voorbeeld 4: promotie van activiteit – half t/m eind september*

Doe jij ook mee op X oktober met [activiteit]? Of wil je iemand meenemen hiernaartoe? Aanmelden kan nog t/m [datum] via [link]. #eentegeneenzaamheid #komerbij

*Voorbeeld 5: terugblik van uw activiteit – half oktober // met foto’s*

Afgelopen week tijdens de Week tegen Eenzaamheid organiseerde [organisatie] met trots [activiteit]. Hierdoor maakten we het onderwerp eenzaamheid bespreekbaar en brachten we [doelgroep] dichter bij elkaar. [vul hier de website van jouw organisatie in]. #eentegeneenzaamheid #komerbij

Tip: Voeg een leuk beeld toe die laat zien waar de activiteit over gaat om meer op te vallen! Uit onderzoek blijkt dat social posts met visuele content meer respons krijgen. Video’s werken het beste (je kan ook de video’s van de [Eén tegen eenzaamheids-campagne](https://news.pressmailings.com/hvdm/een-tegen-eenzaamheid-toolkit-publiekscampagne) gebruiken), maar voeg in ieder geval altijd een leuke afbeelding toe aan je bericht. Beeldmateriaal is te vinden in de [Week tegen Eenzaamheid-toolkit](https://news.pressmailings.com/hvdm/een-tegen-eenzaamheid-toolkit-campagne-week-tegen-eenzaamheid).

Tip: Wanneer kun je het beste jullie activiteit promoten? Uit onderzoek blijkt:

* Instagram
	+ De beste tijd om te posten: 21 uur
	+ Dag met meeste interactie: woensdag
	+ Tijd met meeste interactie: 17 uur
* Facebook
	+ De beste tijd om te posten: 15 uur
	+ Dag met meeste interactie: woensdag
	+ Tijd met meeste interactie: 18 uur
* LinkedIn
	+ De beste tijd om te posten: 13 uur
	+ Dag met meeste interactie: donderdag
	+ Tijd met meeste interactie: 9 uur
* Twitter
	+ De beste tijd om te posten: 21 uur
	+ Dag met meeste interactie: woensdag
	+ Tijd met meeste interactie: 21 uur
1. **Maak je activiteit zichtbaar waar de doelgroep (fysiek) aanwezig is**

Uiteraard werken ‘real life’ plekken ook erg goed, dus zorg dat jullie activiteit zichtbaar is op plekken waar de doelgroep aanwezig is. Denk bijvoorbeeld aan de supermarkt, de sportkantine, het verzorgingstehuis of het buurthuis als plekken om deelnemers te werven.

Je kunt hierbij gebruik maken van de posters uit de [Week tegen Eenzaamheid-toolkit](https://news.pressmailings.com/hvdm/een-tegen-eenzaamheid-toolkit-campagne-week-tegen-eenzaamheid). We bieden twee soorten posters:

1. De ‘invulbare pdf’ waarbij je je eigen titel, datum en webadres kunt toevoegen voordat je de posters afdrukt.
2. De standaard posters die algemeen over de Week tegen Eenzaamheid gaan.

*Voorbeeld 1:*

Organiseer je een bingo voor ouderen? Benader dan ouderencomplexen, woonzorgcentra, supermarkten en bibliotheken in de buurt en vraag of zij het bericht aandacht kunnen geven door een A4-tje op te hangen in de lift, het prikbord of mee kunnen nemen in hun communicatiekanalen, zoals een mailing.

*Voorbeeld 2:*

Richt jullie activiteit zich juist op het samenbrengen van jongeren? Zorg er dan voor dat jongerenwerk, sportscholen en de hogeschool of universiteit in de buurt op de hoogte zijn. Zij hebben vaak interne communicatiemiddelen (zoals een nieuwsbrief of een intranet), maar kunnen ook de sportkantine of bibliotheek gebruiken om het onder de aandacht te brengen.

Bij heel veel mensen werkt een mondelinge uitnodiging veel beter dan op papier of online. Dus als je op die plekken ook zelf een keer aanwezig bent met een tafel met materialen, bereik je weer andere mensen.

1. **Mond-tot-mondreclame**

Zoals we al zeiden: mondelinge uitnodigingen werken het beste. Vraag je vaste bezoekers of deelnemers die zich al opgegeven hebben voor de activiteit om iemand mee te nemen die de activiteit ook leuk zullen vinden. Samen is het altijd leuker én het maakt het deelnemen aan een activiteit een stuk laagdrempeliger.

1. **Werk samen**

Mogelijk werkt jouw organisatie al samen in een ‘Lokale coalitie tegen eenzaamheid’ en kan je alle activiteiten tijdens de Week tegen Eenzaamheid samen bundelen in een programmaboekje. Of heb je contacten met de gemeente? Misschien kunnen zij jouw activiteit als voorbeeld gebruiken om te laten zien wat er allemaal gebeurt tijdens de Week tegen Eenzaamheid. Of je wilt als restaurant iets doen voor ouderen, maar voor wie precies? Kijk eens of er een maatschappelijke organisatie in de buurt zit die met ouderen werkt en heel blij is met zo’n activiteit.