

WIE ZIJN WIJ EN WAT DOEN WIJ?

Wij zijn Marjolijn Vinkesteyn, lokaal coördinator van Bibliotheken Westerveld, en Marleen Buurman, projectmanager bij Biblionet Drenthe. De bibliotheken die aangesloten zijn bij Biblionet Drenthe leken hun beoogde aantallen cursisten voor Digisterker niet te halen. In het najaar van 2018 hebben we een scrumteam in het leven geroepen, dat in een 'snellkookpan-sessie' van twee dagen een volledige wervings- en promotiecampagne voor de *Vrouwen van Nu* en *Passage* heeft ontwikkeld. Deze campagne is vervolgens ook uitgevoerd.

Tip 1: samenwerking

Stel een integraal team samen en ga aan de slag

Als je werkbijeenkomsten organiseert met collega's vanuit de verschillende disciplines van je bibliotheek, heb je alle competenties bij elkaar: ideeën zijn zo sneller te toetsen. En je kunt een half uur vergaderen over wie er gaat bellen, maar je kunt in die tijd ook de telefoonnummers verdelen en de klus in 10 minuten klaren.

Tip 3: vraaggericht

Luister naar de doelgroep, vraag door en durf aan te passen

Ga gesprekken aan met de doelgroep en vraag door. Noteer waar men behoefte aan heeft en zorg ervoor dat het programma en de wijze van communiceren hierop aansluiten. Dit zorgt voor laagdrempeligheid en het zal de verdere uitrol vergemakkelijken.

Tip 5: borging

Bereid je organisatie goed voor, evalueer en borg de resultaten

Zorg dat je organisatie op de campagne is voorbereid. Het is verstandig om de rollen van de deelnemers goed af te stemmen, ook wat betreft een eventueel vervolg en een mogelijk sneeuwbaaleffect. Wijs iemand aan die verantwoordelijk is voor de borging en de voortgang van de campagne.

ONZE TIPS

Bibliotheken kiezen bij het werven van cursisten Digisterker vaak voor traditionele communicatiemiddelen als posters en persberichten, gericht op een algemeen publiek. Segmenteren, kiezen voor een bepaalde doelgroep, maakt een persoonlijker communicatie mogelijk, met een beter bereik en resultaat. Wij willen onze ervaringen met segmentatie -ook goed bruikbaar bij andere campagnes- graag delen met andere bibliotheken.



Tip 2: doelgroep

Zoek een afgebakende groep met enthousiaste contactpersonen

Brainstorm over de doelgroep: waar sluit je product op aan? Zoek een afgebakende groep, met voldoende potentiële deelnemers, waarvan de lokale contactpersonen enthousiast zijn en eenvoudig te benaderen.

Tip 4: draagvlak

Toets bij bibliotheken en communiceer voortgang en successen

Als je een campagne opzet, moeten de collega's in de bibliotheken wel weten wat de campagne inhoudt. Kennen zij het product? Staan ze er achter? Weten ze wat er van hen wordt verwacht? Hebben ze alle informatie, zodat ze eventuele vragen goed kunnen beantwoorden? Kunnen zij ook trots zijn op het resultaat?



Over deze Wegwijzer

Deze Wegwijzer is ontwikkeld in het kader van de Digisterkerdag 2020, met als thema 'Samen onderweg'. In deze Wegwijzer blikken wij terug op onze reis tot nu toe en blikken we vooruit op de volgende stappen. Met onze tips hopen we je te inspireren bij het zetten van je volgende stap.



Meer weten?



coevordercourant.nl/artikel/751777/cursisten-woorden-wegwijs-in-het-werken-met-digid.html

Contactgegevens



Bibliotheken Westerveld

Marjolijn Vinkesteijn
Lokaal coördinator
m.vinkesteijn@biblionetdrenthe.nl, 06 39225093

Biblionet Drenthe

Marleen Buurman
Projectmanager,
m.buurman@biblionetdrenthe.nl, 06 22007787

Wat wordt jouw stap?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Durven

Doen

Deelnemen