

FACTSHEET

DO'S & DON'TS *OM DE TWIJFELAAR TE BEREIKEN ÉN TE BEHOUDEN*

Badmintonbond Nederland

Om jongeren te bereiken als badmintonclub is het belangrijk dat je communicatie aansluit bij de twijfelaars. Dit zijn jongeren die interesse hebben, maar nog niet meedoen. Binnen deze groep zitten zowel jongeren die misschien willen doorgroeien naar wedstrijden, als jongeren die vooral voor plezier en gezelligheid willen spelen. Daarom is het belangrijk om in je content ruimte te maken voor beide vormen: competitief én recreatief badminton.

In deze factsheet vind je praktische tips en voorbeelden om je communicatie hierop aan te passen, zodat je meer jongeren bereikt én behoudt.

INTRO

WAAROM FOCUSSEN OP DE TWIJFELAAR?

A young boy in a red shirt and blue shorts is standing on a badminton court, holding a racket. He is looking towards the right. The background is a grey wall. There are other people in red shirts and blue shorts in the foreground, but they are out of focus.

De grootste groep jongeren binnen badminton bestaat niet uit fanatieke spelers, maar uit twijfelaars.

Dit zijn jongeren die:

- Interesse hebben in sport of badminton
- Maar nog geen stap zetten om lid te worden

Veel clubs richten hun communicatie op bestaande, ervaren spelers.

Hierdoor ontstaat onbedoeld een drempel voor nieuwe jongeren.

De inhoud van deze factsheet mag niet worden gereproduceerd, verspreid of openbaar gemaakt zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de rechthebbenden.

BEGRIJP WIE JE VOOR JE HEBT

WIE IS DE TWIJFELAAR?



KENMERKEN

- Jongeren met interesse in sport
- Nog geen lid van een club
- Onzeker over hun niveau
- Twijfelen of ze erbij passen

WAT HOUDT HEN TEGEN?

- Het idee dat je goed moet zijn
- Een te competitieve uitstraling
- Onduidelijkheid over instromen
- Kosten om te proberen

WAT HEBBEN ZE NODIG?

- Duidelijkheid: hoe kan ik meedoen?
- Laagdrempeligheid: geen verplichtingen
- Bevestiging: ervaring is niet nodig
- Een sociale en toegankelijke sfeer

Uitgangspunt:

Je hoeft hen niet te overtuigen van badminton

→ Laat zien dat het makkelijk, leuk en toegankelijk is

ASSOCIATIES

HOE KIJKEN JONGEREN NAAR BADMINTON?

POSITIEF

BENADRUKKEN

- Teamsport én individueel
- Gezellige sfeer
- Vrienden maken
- Elkaar aanmoedigen
- Fysiek actief bezig zijn

NEGATIEF

WEGNEMEN

- Onduidelijke regels
- Te competitief / prestatiedruk
- Blessures
- Weinig aandacht voor beginners
- Weinig flexibiliteit
- Duur / tijdrovend

NEUTRAAL

- Gericht op doelen / beter worden

Wat betekent dit voor communicatie?

- Zet positieve associaties centraal
- Maak negatieve beelden concreet en ontkracht ze
- Laat zien dat badminton ook laagdrempelig en sociaal is

VERSCHIL IN DOELGROEP: WEDSTRIJD VS. VRIJ SPELEN

WEDSTRIJDSPELERS

MOTIVATIE

- Vaardigheden verbeteren
- Wedstrijden winnen
- Goede faciliteiten
- Structuur en begeleiding
- Coach/ontwikkeling

NIET-WEDSTRIJDSPELERS

BELANGRIJK VOOR GROEI

- Gezelligheid
- Leuke medespelers
- Flexibiliteit
- Vrij spelen
- Ontspanning

Inzicht:

Niet iedereen wil competitie

→ Zorg ook voor aanbod gericht op plezier en sociaal spelen

DO'S & DON'TS IN COMMUNICATIE

1. COPY (TEKST)

DO'S

- Gebruik korte zinnen
- Schrijf actief
- Gebruik simpele taal
- Maak praktische info direct duidelijk
- Gebruik tussenkopjes

DON'TS

- Lange teksten
- Jargon
- Onduidelijke boodschappen
- Te veel informatie tegelijk

2. TONE OF VOICE

DO'S

- Vriendelijk en behulpzaam
- Informeel, maar niet overdreven
- Duidelijk en direct

DON'TS

- Te formeel
- Overdreven "jong" praten
- Dwingend of druk

3. BEELDVORMING

DO'S

- Echte jongeren (geen stockfoto's of -video's)
- Actie en plezier laten zien
- Verschillende niveaus tonen
- Video gebruiken
- Herkenbare locaties

DON'TS

- Alleen sterke spelers
- Geposeerde beelden
- Mensen met rug naar camera
- Te perfecte uitstraling

TAAAL DIE WERKT

WEL DOEN

- Kom een keer proberen
- Ontdek of badminton bij je past
- Iedereen is welkom
- Geen ervaring nodig

Belangrijk

- Maak het klein (eerste stap = proberen)
- Geef altijd een duidelijke volgende stap

NIET DOEN

- Altijd al willen badmintonnen?
- Voor echte sporters
- Badminton verandert je leven



BASISRICHTLIJN VOOR ALLE COMMUNICATIE

ELKE UITING MOET DIRECT ANTWOORD GEVEN OP:

- Wat is het?
- Voor wie is het?
- Wanneer is het?
- Waar is het?
- Kost het iets?
- Hoe meld ik me aan?

PRAKTISCHE TIPS PER KANAAL

SOCIAL MEDIA

Doel: activeren

Gebruik voor:

- Proeftrainingen
- Sfeerbeelden
- Twijfels wegnemen

Altijd vermelden:

- Datum
- Locatie
- Gratis / vrijblijvend
- Aanmeldlink of QR-code

POSTERS

Doel: aandacht + actie

Zorg dat erop staat:

- Kom een keer proberen
- Datum en locatie
- Gratis / geen ervaring nodig
- QR-code met duidelijke actie

WEBSITE

Doel: duidelijkheid + inschrijving

Direct zichtbaar:

- Trainingstijden
- Voor wie
- Kosten
- Aanmelden

CONTENT DIE WERKT

VIDEO

- Sfeer van trainingen
- Eerste keer meedoen
- Behind the scenes
- Trainer voorstellen
- Korte rally's

FOTO

- Groepsmomenten
- Actiebeelden
- Sociale momenten

ERVARINGEN

- "Ik durfde eerst niet..."
- Nieuwe leden
- Trainers

Q&A

- Moet je ervaring hebben? → Nee
- Kan ik gewoon meedoen? → Ja
- Wat moet ik meenemen?

BELANGRIJK

WERVING ÉN BEHOUD

1. EERSTE INDRUK (INSTROOM)

- Maak eerste stap klein
- Zorg voor warm welkom
- Wijs een aanspreekpunt toe
- Biedt een proeflidmaatschap aan om verder kennis te maken

2. BEGELEIDING (TRAINER/COACH)

Goede trainer:

- Geeft rustige uitleg
- Houdt rekening met niveau
- Zorgt voor plezier
- Stimuleert ontwikkeling

3. SFEERBEHEER (CRUCIAAL VOOR BEHOUD)

Vooraf bij niet-competitiespelers:

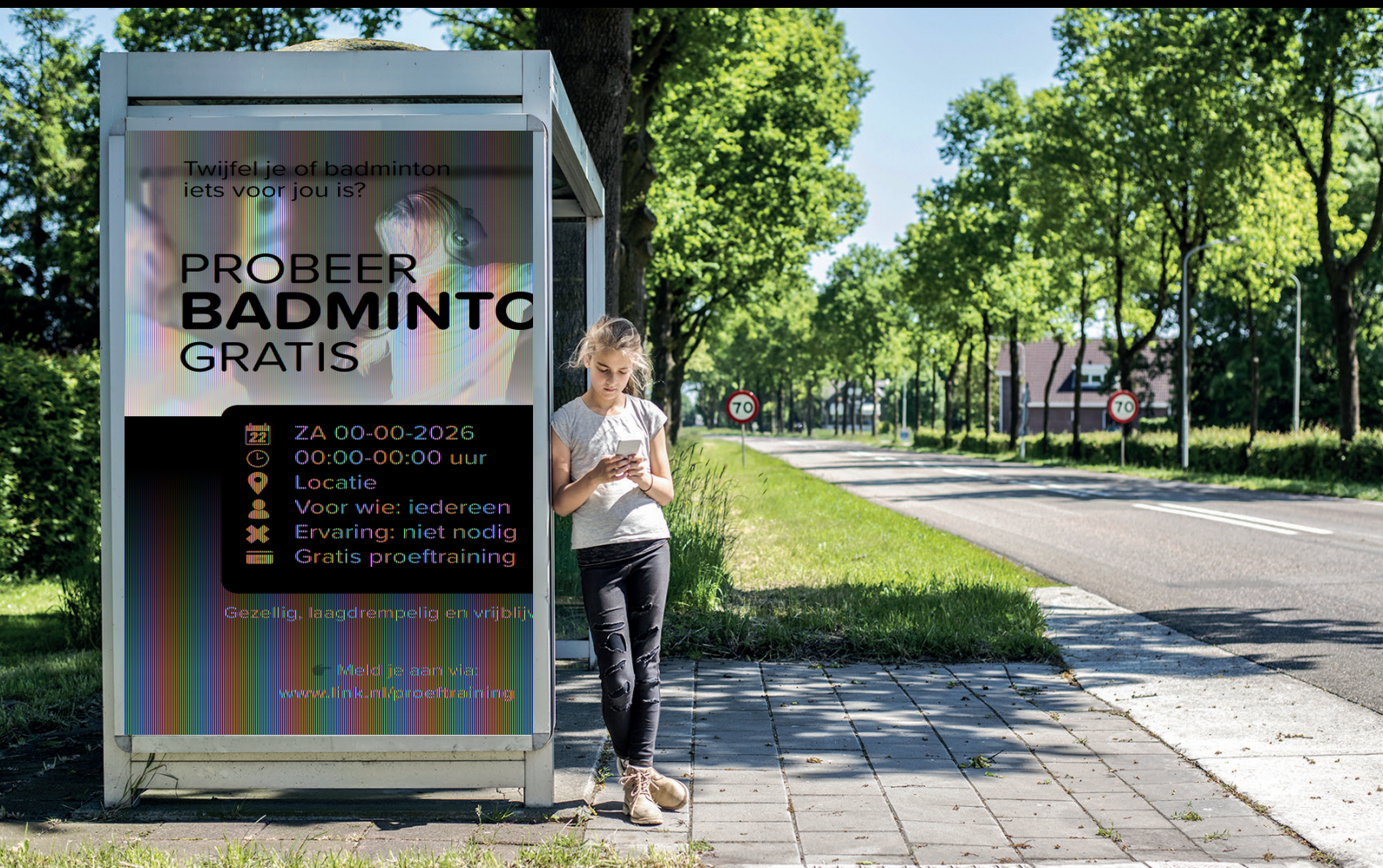
- Zorg voor sociale momenten
- Stimuleer samen spelen
- Maak ruimte voor plezier
- Voorkom prestatiedruk

4. FACILITEITEN

- Goede en toegankelijke locaties
- Flexibele trainingsmogelijkheden
- Ruimte voor vrij spelen

5. AANBOD DIFFERENTIËREN

- Competitie én recreatief
- Beginnerstrainingen
- Vrij spelen momenten



CHECKLIST

- ✓ Is het simpel en duidelijk?
- ✓ Staat er dat iedereen welkom is?
- ✓ Ligt de nadruk op plezier?
- ✓ Is duidelijk hoe iemand kan meedoen?
- ✓ Gebruik je echte beelden?

Check de voorbeeldmiddelen in de toolkit voor inspiratie.



MIDDEN TUSSEN DE JONGEREN STAAN

VOOR DE NIEUWE GENERATIE
BADMINTONSPELERS

Deze factsheet is ontwikkeld door Coen Jongerencommunicatie
in nauwe samenwerking met Dansondernemers Nederland, uitgevoerd in opdracht van NOC*NSF

De informatie op deze factsheet is met de grootst mogelijke zorg samengesteld. Desondanks kunnen er geen rechten aan de inhoud worden ontleend.
Coen Jongerencommunicatie aanvaardt geen aansprakelijkheid voor eventuele fouten, onvolledigheden of schade die voortvloeit uit het gebruik van de aangeboden informatie.