

Gesprekverslag Marketing afdeling Marije Min

Datum: 20-3-2019

Betrokken partners: Youri en Sven

KNVB heeft pas 10 jaar een marketingafdeling, nu vooral gefocust op ledenwerving en ledenbehoud.

Verschillende initiatieven: welpenvoetbal, 7x7 etc.

Nu ook marketing op gebied van vrijwilligers. Grote focus op KNVB Assist. Zoeken naar meer vrijwilligers. Begint met een goede dienstverlening.

Gedurende het jaar ligt er ook een focus op informatie verzameling.

Lokaal evenementen om vrijwilligers en scheidsrechters te promoten.

Focus op de opleiding willen ze gaan verleggen naar E-Learning

45% van de vrijwilligers stoppen omdat ze niet genoeg waardering krijgen, grote campagnes op gericht. Week van de scheidsrechter is focus voor scheidsrechter. Werd gedaan door NOC NSF, nu vanuit de KNVB. KNVB hecht hier waarde aan en wil dit uitbreiden.

2 keer per jaar een servicemeting om achter de trends en ontwikkelingen te komen.

Opleidingen in de krimpregio krijgen ze niet vol door focus op scheidsrechters coördinatoren. Nu focus op potentiële scheidsrechters om die opleidingen vol te krijgen. **Veel meer richten op het individu en niet op de overkoepelende verenigingen.**

Segmenten kunnen erg helpen om potentiële vrijwilligers de juiste rol te geven, gerichte marketing!

Algemeen beeld van de vereniging is veranderd. Leden zijn nu veel meer consument in plaats van echte leden.

KNVB marketing staat in dienst van de coördinatoren, Ellen maakt de plannen, KNVB marketing voert ze uit.

Om de leden te bereiken is het belangrijk om uit te zoeken hoe ze goed te bereiken zijn.

Bestuurders zijn gemiddeld 4 jaar actief op een vereniging, verenigingen switchen dus ontzettend veel met het bestuur.

KNVB veel geïnnoveerd de laatste jaren met technologie, maar jaren achter gelopen, platformen nog steeds niet up to date

Oudere vrijwilligers nu gedwongen om snel de digitale sprong te maken en niet elke club faciliteert hier in.

Week van de scheidsrechter heeft als doel om waardering te uiten naar de scheidsrechters. Er ligt hier nog een grote rol voor de verenigingen, hier moet veel meer waardering uit komen.

Week van de scheidsrechter moet nu cutten in het budget, waardoor scheidsrechters zich een beetje benadeeld voelen.

Belangrijk om een maatschappelijke impact te maken en niet een eenmalige actie. Laten zien dat de KNVB de scheidsrechters echt kent, op persoonlijk gebied.

Gegevens van heel veel scheidsrechters zijn sinds kort bekend, vrij actueel dus.

Nieuwe plannen voor de week van de scheidsrechter zijn nog niet bekend, team moet nog bij elkaar komen.

Naast week van de scheidsrechter zijn er geen andere campagnes en initiatieven! Wel bezig met een klant-contact strategie op basis van gepersonaliseerde informatie m.b.t. de doelgroep

KNVB wil aan de slag met een concept zoals NS: Reizigers helpen reizigers. Achterliggende gedachte van KNVB assist is ook om clubs onderling elkaar te laten helpen.

Imago en inhoud van de opleiding kan beter. Hier liggen verbeterpunten en de KNVB is ook actief opzoek naar mogelijkheden

Fluiten kan net zoals iets worden als een excellentie-programma, je competenties ontwikkelen door middel van fluiten

KNVB ziet niet echt iets in verplichten of afkopen van vrijwilligerswerk. Juist aanspreken op de intrinsieke motivatie.