



# Communicatie met je achterban

**Uitdagingen in  
de praktijk**



# Communicatie met je achterban

Waar loopt u in de praktijk tegenaan? Als lid van een bewonersvereniging of als bestuurder die nieuwe leden zoekt. Er zijn diverse manieren om te communiceren, zowel offline als online, maar belangrijker nog is de inhoud van de boodschap. Is deze relevant? En bent u als bewonersraad wel zichtbaar genoeg?

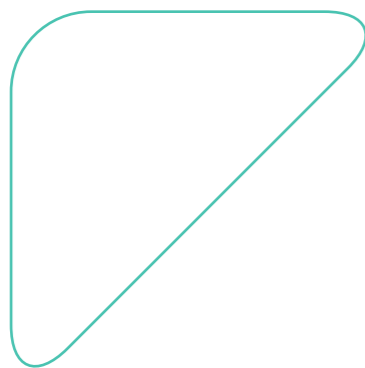
Als full-service communicatiebureau en partner van het Huurders Kennisfestival bouwen wij aan het imago en de merken van onze opdrachtgevers. Wij adviseren graag hoe u nog beter in contact komt met uw achterban. Hoe u de zichtbaarheid van de commissie of raad kan vergroten. Voor een optimale informatievoorziening of het werven van nieuwe leden.

Wilt u hier meer over weten? Neem dan contact met ons op!



# Doelstelling

Hoe kom en blijf ik in contact met (toekomstige) huurders als bewonersraad?



# Uitdagingen

Welke uitdagingen kun je hebben als bewonersraad?

- Beschikbaarheid contactgegevens
- AVG-wetgeving
- Manieren van communiceren
- Het belang van een bewonersraad
- Het belang van de huurder



# Uitdagingen in de praktijk

## Hoe kom ik aan de contactgegevens van de huurder?

Het draait hierbij om zichtbaar worden bij de nieuwe huurder, dat kan op verschillende manieren: de verhuurder vertelt dit tijdens het tekenen van het huurcontract (in de informatiemap een folder toevoegen bijv.) de verhuurder neemt dit actief op en geeft dit door aan de bewonersraad. Of de verhuurder geeft informatie mee, zodat de nieuwe huurder zelf kan aanmelden via de site van de bewonersraad. Of de huismeester laat een folder achter bij de nieuwe huurder op het nieuwe adres, zodat deze zich online via de site kan aanmelden of door de antwoordstrook in te vullen. Een huis-aan-huis mailing op geselecteerde postcode gebieden is ook mogelijk.

## Mag ik de contactgegevens van de huurder inzetten om hen te bereiken?

Ja, want als de huurder zichzelf online aanmeld, geeft hij daartoe actief toestemming. Je kunt namelijk in alle gevallen een uitleg geven hierover. Zodra dit gebeurt via de folder, wordt doorverwezen naar het inschrijfformulier op de website. Hier dient de bezoeker akkoord te gaan (zgn. opt-in) om actief benaderd te worden met hun contactgegevens. Op de antwoordstrook kun je hier een vinkveld toevoegen.

NB: Volgens de Telecommunicatiewet mag een commerciële e-mail alleen aan huidige relaties of met toestemming worden verstuurd. De ontvangers van commerciële e-mails moeten zich ook weer gemakkelijk kunnen afmelden, bijvoorbeeld via een afmeldlink in de e-mail. Deze regel geldt niet voor servicemails!

## Hoe zorg ik ervoor dat ik relevant ben en blijf voor de huurder?

Door op structurele basis toe te lichten wat de vertegenwoordiging van de commissie via de leden als resultaat hebben bereikt. Laat de impact maar zien!

## Hoe kun je de huurder overtuigen om lid te worden van een bewonersraad?

Door de meerwaarde van de bewonersraad toe te lichten. Waarom het belangrijk is om een stem te hebben. En dat die stem wordt vertegenwoordigd door het liefst zoveel mogelijk huurders. Dan heb je impact!

## Welke communicatiekanalen kan de bewonersraad inzetten om de huurder te bereiken?

Dat kan zowel online (website, nieuwsbrief, socials) als offline (folder, flyer, posters). Mond-tot-mond reclame is heel krachtig. Dat zijn je beste ambassadeurs!



## Huurders informeren en een stem geven

U bent de huurderskoepel die de belangen behartigt van alle huurders van de woningstichting. U laat zien wat u doet en wat de resultaten zijn. Huurders kunnen meedenken en eventueel via werkgroepen deelnemen.

## Huurders binden aan je commissie en/of bewonersraad

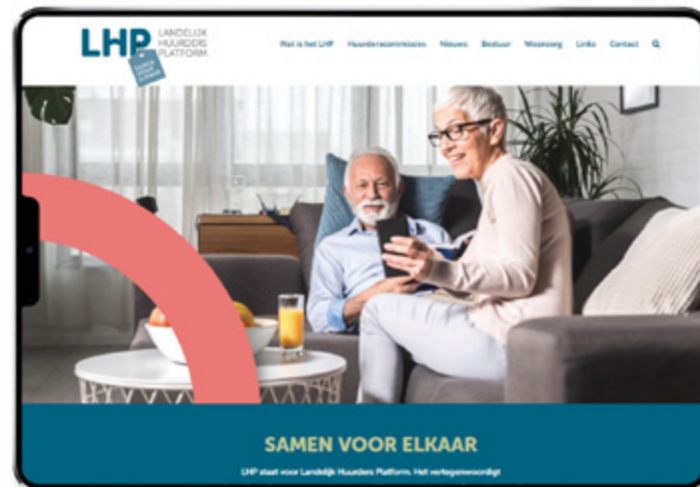
Door met relevante informatie op regelmatige basis van de raad te laten horen. Informeer de huidige en nieuwe bewoners over lopende zaken, geef gelegenheid tot het aanvullen van de agenda en nodig uit voor de vergaderingen. Werf leden voor de vereniging en kandidaten voor de bewonersraad als bestuurslid en wees vooral zichtbaar: offline en online.



# Communicatiekanalen

## Website

Als bewonersraad is jouw website als een visitekaartje voor jouw leden.



## Nieuwsbrief

Met een duidelijke e-mailing onderhoud je het contact met je achterban.



## Social Media

Zowel jongeren als ouderen zitten massaal op social media. Denk hierbij aan Facebook en ook Whatsapp. De bewonersraad kan hier niet ontbreken.

## Offline

Dit zijn diverse middelen zoals flyers, posters en brochures of een jaarverslag.



# Website bewonersraad

## Wie

- Toekomstige huurders
- Huurders
- Bestuursleden

## Waarom

- Informeren over wie jullie als bestuur zijn.
- Informeren over het doel van een bewonersraad.
- Het overtuigen van het belang van de stem van de huurder.
- Informeren over lopende activiteiten.
- De huurder laten meepraten, meedenken en meebeslissen.
- Werven nieuwe leden van de bewonersraad of deelnemen in het bestuur.
- Ondersteuning bieden aan de huurder voor verschillende vragen.
- Je positioneren als serieuze en professionele bewonersraad.
- koppeling met database verhuurder voor informatie.
- Imago vertegenwoordigen tbv diverse stakeholders.

## Hoe

- Archief nieuwsbrieven, jaarverslagen, notulen, jaaroverzicht activiteiten bewonersraad, statuten.
- Werkgroepen om het bestuur te ontlasten.
- Ontwikkelingen op gebied van energie, subsidies etc.
- Overtuigen om lid te worden.
- Inschrijfformulier nieuwe (bestuurs-)leden.
- Contactgegevens weergeven.
- Opstellen van een online panel om de huurder actief te laten meepraten, meedenken en meebeslissen.
- Koppeling met software in afgeschermd inlogomgeving, zoals Lasso.
- Video's / animaties over bijv. servicekosten, verhuistips, het huis ventileren etc.



# Nieuwsbrief

## Wie

- Huurders

## Waarom

- Het onderhouden van contact met je leden.
- Het informeren van de leden.
- De mogelijkheid om de leden actief te benaderen (meepraten, meedenken en meebeslissen in de vereniging).
- Werven nieuwe leden van de bewonersraad of deelnemen in het bestuur.
- Je positioneren als serieuze en professionele bewonersraad.

## Hoe

- Frequent een nieuwsbrief waarin de huurder geactiveerd wordt om mee te praten over specifieke onderwerpen.
- Frequentie updates vanuit het bestuur (over bijv. financiën, uitkomsten werkgroepen, jaarverslagen, notulen vergaderingen).
- Landelijke ontwikkelingen die jou als huurder raken.
- Een nieuwsbriefitem waarin de huurder overtuigd wordt om lid te worden van de bewonersraad of op te roepen tot bestuurslid.

# Social media

## Wie

- Huurders

## Waarom

- Het bereiken van de huurder. Zowel jongeren als ouderen zitten namelijk massaal op social media (zie bijlage).
- Het delen van informatie.
- Fijn voor huurders om onderdeel uit te maken van een groep (community building).
- Snel in contact komen met je doelgroep / mogelijkheid tot ad-hoc berichten.
- Vergroten van de zichtbaarheid.
- De leden actief betrekken en/of mee laten praten in specifieke onderwerpen
- Je positioneren als serieuze en professionele bewonersraad.
- Werven nieuwe leden van de bewonersraad of deelnemen in het bestuur.

## Hoe

- Frequent een post om leden te informeren.
- Frequent een post om leden te activeren: mee laten praten of hun stem laten horen over specifieke onderwerpen.
- Seizoensgebonden berichten ten behoeve van community building, zoals het wensen van fijne feestdagen.
- Een post waarin de huurder overtuigd wordt om lid te worden van de bewonersraad of op te roepen tot bestuurslid.

# Offline

## Wie

- Huurders
- Vooral als de huurder niet online te bereiken is.

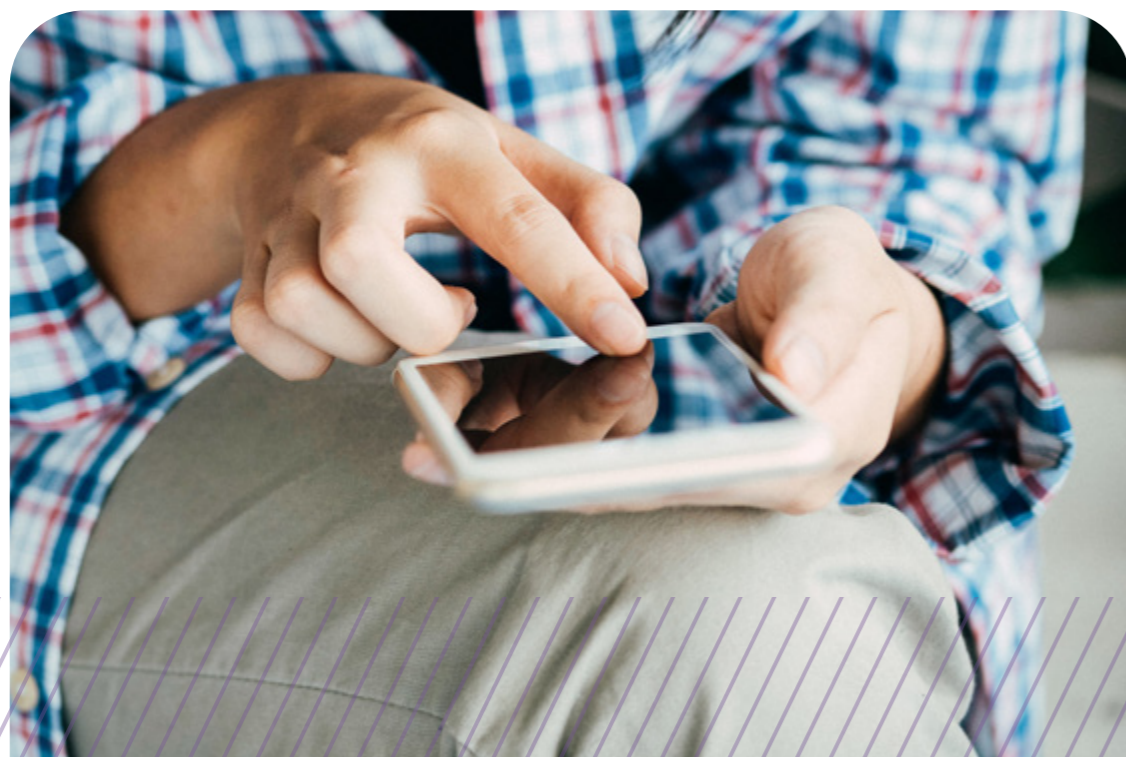
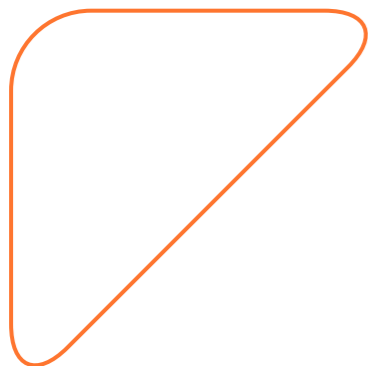
## Waarom

- Het bereiken van de huurder.
- Het onderhouden van contact met je leden.
- Het delen van informatie.
- Vergroten van de zichtbaarheid.
- Het overtuigen van het belang van de stem van de huurder.
- De leden actief betrekken en/of mee laten praten in specifieke onderwerpen.
- Je positioneren als serieuze en professionele bewonersraad.
- Werven nieuwe leden van de bewonersraad of deelnemen in het bestuur.
- Overtuigen om online mee te doen.

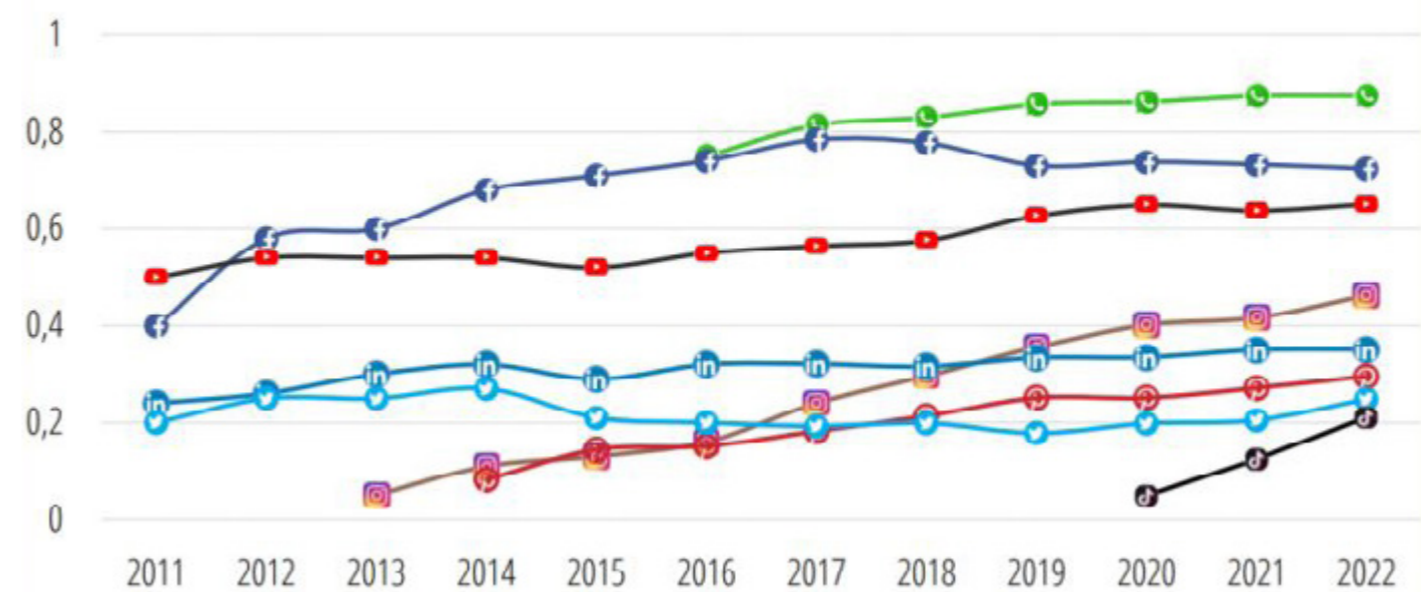
## Hoe

- Frequent een brief/flyer om leden te informeren.
- Een poster in de gemeenschappelijke ruimtes om leden te informeren/bereiken.
- Een brief/flyer om leden te activeren: mee laten praten of hun stem laten horen over specifieke onderwerpen.
- Opvragen e-mail adres.
- Oproep socials te liken.
- Een brief/flyer waarin de huurder overtuigd wordt om lid te worden van de bewonersraad of op te roepen tot bestuurslid.

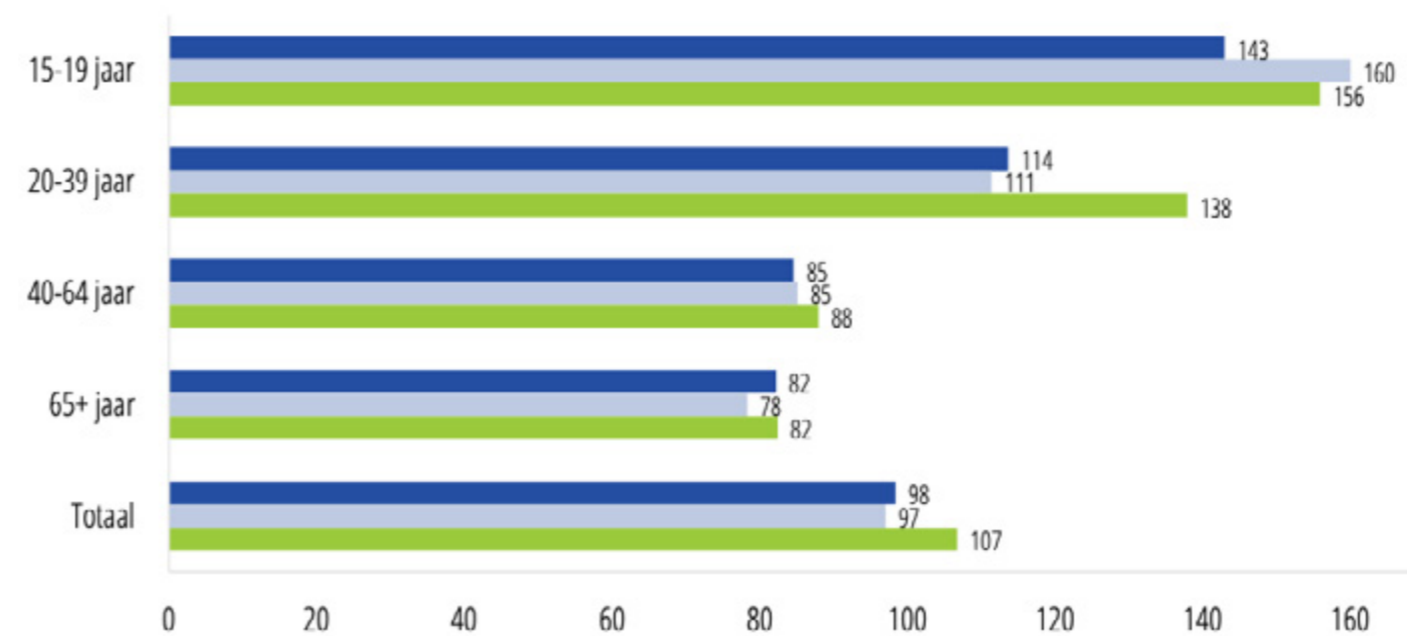
# Gebruik van social media



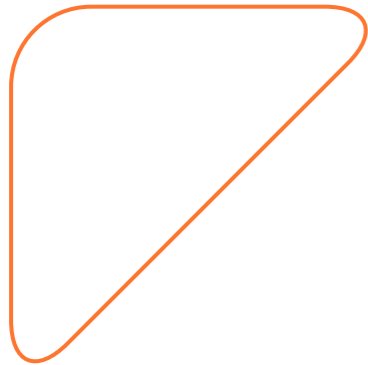
Gebruik van social media totaal (%) – Top 8












Gebruik social media in minuten per dag



# Percentage gebruikers per app



% gebruikers	15-19 jaar	20-39 jaar	40-64 jaar	65-79 jaar	80 jaar
	85%	78%	66%	50%	28%
	26%	57%	53%	48%	37%
	53%	29%	14%	7%	4%
	60%	41%	17%	6%	3%
	1%	7%	7%	2%	2%
	4%	6%	5%	5%	4%
	9%	10%	9%	4%	4%
	52%	21%	2%	0%	1%
	6%	4%	1%	0%	0%

**En nu jij!**

**Waar ligt jouw  
uitdaging en hoe  
wil jij groeien?**






**qlant imagobouwers**

Edisonstraat 85

7006 RB Doetinchem

 +31 (0)314 39 19 39

 info@qlant.nl