

# SÅDAN KOMMUNIKERER I TIL NYE MEDLEMMER

Få gode råd til at kommunikere med mennesker, der ikke allerede er en del af jeres gode fællesskab. Måske jeres næste medlemmer?

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

# Åbn dørene

## 1. INVITÉR NYE MEDLEMMER

Det kan være et stort skridt at møde op, hvis man ikke kender nogen i forvejen

- Giv udtryk for, at I gerne have nye medlemmer, både i ord, "nye medlemmer er meget velkomne", og via jeres nuværende medlemmer.
- Invitér interesserede på besøg – mange tror måske ikke, at tilbuddene også er til dem.
- Vær direkte i jeres kommunikation, f.eks. ved at sige: "Vi vil gerne have dig med på holdet".



## 2. GØR DET LET

Fjern eventuelle barrierer hos nye medlemmer ved at have tilbud, der er lette at gå til

- Afhold et arrangement, Fitness Tryday, hvor nye medlemmer kan lære jeres forening at kende – så er det første skridt ikke så stort.
- Tilbyd en gratis prøve- eller introduktionstime, så prisen ikke er en barriere.
- Fortæl klart, hvad man skal ha' med, f.eks. medbring indendørssko, og hvad man skal ha' på



## 3. SØRG FOR GENKENDELSE

Det er vigtigt, at nye medlemmer kan genkende sig selv, når I taler til dem

- Tænk over, hvad nye medlemmer har brug for, f.eks. på hjemmesiden. Det er vigtigt, at de kan se sig selv være en del af jeres fællesskab.
- Vær bevidst om jeres ordvalg. Undgå ekspertssprog og internt sprog som nye ikke forstår.
- Vælg billeder med omhu, når I kommunikerer – jeres målgruppe skal kunne se sig selv i dem, både ift. køn, alder og aktivitet.



# Spred budskabet

## 1. INVOLVER JERES MEDLEMMER

De nuværende medlemmer er den bedste kilde til nye medlemmer

- Bed alle medlemmer tænke over, om de kender det næste nye medlem i jeres forening.
- Gør det let, f.eks. ved at give medlemmerne materiale, de kan dele med venner og bekendte.
- Lav en SMS-besked eller et Facebook-opslag, som medlemmerne kan dele i deres netværk.



## 2. SPRED BUDSKABET LOKALT

Med få simple midler kan I blive synlige i jeres lokal-miljø, så nye medlemmer kan finde jer

- Kontakt lokalpressen – mange lokalaviser vil gerne skrive om lokale foreninger.
- Lav aftaler med butikker i lokalområdet om f.eks. at lægge postkort el. hænge plakater op.
- Undersøg om jeres kommune har steder, hvor I gratis kan dele jeres budskaber, f.eks. bibliotek, borgerservice og forældreintra.



## 3. SPRED BUDSKABET DIGITALT

Facebook giver gode muligheder for at komme ud til mange let og billigt

- Opret en Facebook-side for jeres hold/forening.
- Opret Facebook-begivenheder, f.eks. for prøvetimer – så kan man let dele og tilmelde sig.
- Bed nuværende medlemmer om at dele opslag med venner og bekendte – f.eks. på og fra byens lokale Facebook-side ('Det sker i...').

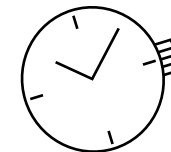


# Tips og tricks

## 1. TIMINGEN ER VIGTIG

Jeres målgruppe har travlt. Sørg for at gøre det nemt at vælge jer

- Servér korte og præcise budskaber.
- Vælg et tidspunkt, hvor målgruppen har bedst tid til at reagere på jeres budskab, f.eks. når de sidder i sofaen om aftenen.
- Angiv aktivitetens tid og sted tydeligt, så det er let at planlægge og komme ud af døren.



## 2. GØR DET PERSONLIGT

Det er mere sandsynligt, at jeres målgruppe handler på tilbud, hvis de oplever det som personligt

- Gør budskaber og tilbud så personlige som mulige – skriv direkte – f.eks. "vi vil gerne have DIG med".
- Sørg for at have en 1:1 kommunikation – så målgruppen ved, hvem de skal tage fat i både før, under og efter en evt. træning.
- Aftal med nye medlemmer, at I står og tager imod dem første gang, de kommer til en træning.



## 3. FASTHOLD MÅLGRUPPEN

Det er vigtigt at holde målgruppens motivation ved lige, så de ikke glemmer at komme igen

- Sørg for at følge op på kommunikation til nye medlemmer, så I sikrer, at de har lyst at komme igen.
- Hvis målgruppen forpligter sig til noget, er der større sandsynlighed for, at de gør det – vælg f.eks. budskaber, så målgruppen kan tilmelde sig, f.eks. på Facebook.
- Flere vil slå til med det samme, hvis I har tilbud med begrænsninger i tid og/eller antal – f.eks. tre prøvegange og kun plads til 10 på holdet.

