

Een oudere doelgroep bereiken

Oudere deelnemers bereiken

Overzicht van stappen die jij kunt zetten om jouw doelgroep te bereiken. De checklists en fasen kun je als team doorlopen. Verdeel taken en gebruik ieder zijn talent.

Als professional wil je oudere deelnemers vinden en bereiken voor een sociale activiteit, culturele cursus of een fysieke training, bijvoorbeeld

valpreventie. Activiteiten dragen bij aan een gevoel van zelfstandigheid en zingeving. Het benaderen van deelnemers is een belangrijk onderdeel.

Inzicht in dit proces leidt tot een betere inschatting van de tijd die nodig is om de doelgroep te bereiken. En achteraf is het gemakkelijker om behaalde resultaten zichtbaar maken.



Vorbereiden

Benaderen

Deelnemen & Tijdens activiteit

Na activiteit

Checklist 1

Organiseren van aanbod, waarom doen we dit?

- Data van de wijk:
- Welke omgeving/wijk?
 - Hoeveel mensen wonen er?
 - Hoeveel % zijn ouderen?
 - Wat weet ik over afkomst, opleidingsniveau, etc.

- We willen (aantal) mensen bereiken.
- Deze mensen gaan doen en meemaken. Wij zijn succesvol als
- Waarin zit bij de doelgroep de motivatie en plezier?

Uit onderzoek blijkt dat voor ouderen met een lage sociaal economische status (SES), een klein sociaal netwerk, en/of een niet-westerse achtergrond, extra inspanningen geleverd moet worden. Dat betekent, je nog beter verplaatsen in specifieke vraag en situatie.

Checklist 2

Wat is onze verwachting in het bereiken van de doelgroep?

- Het thema waar binnen we het aanbod aanbieden is: ... *Bijvoorbeeld gezelligheid/ leren/ zelfstandig blijven/ ...*
- Bij dit thema denkt men aan ... *Bijvoorbeeld bij het thema gezelligheid denkt de doelgroep aan koffie, kletsen, visite en muziek*

Op dit moment doet de doelgroep

Na onze activiteit gaat de doelgroep doen *(het doelgedrag wat het aanbod teweeg brengt)*

- Is bovenstaande realistisch?

DOEL

Het doel van het aanbod is helder.
Het aanbod sluit aan op het doel.
Het aanbod sluit aan op de behoeften van de doelgroep.

Checklist 3

Wat weten we en wat veronderstellen we?

Kijkend naar checklist 1 en checklist 2. De gegeven antwoorden, weten we dit of denken we dit?

- dit weten we, omdat we het tijdens hebben geleerd.
- dit denken we te weten, op basis van
- (persoon) zal deze veronderstellingen nagaan door

(Bijvoorbeeld een aantal mensen te bellen en de vraag voorleggen)

DOEL

De manier van communiceren over het aanbod sluit aan bij de behoeften van jouw doelgroep. Je boodschap past bij het gekozen kanaal, komt bij de juiste persoon terecht en is voor hem of haar aantrekkelijk en interessant.

Checklist 4

“Op welke manier kom ik achter het bestaan van dit aanbod?” Denk vanuit het perspectief van de doelgroep

- Ik heb (aantal) potentiële deelnemers gevraagd waarom dit aanbod voor zichzelf de moeite waard is. De woorden die zij in hun antwoorden gebruiken zijn:
- Bij welke behoeften van de doelgroep sluit het aanbod aan?

Denk hierbij aan:
- Behoeftes aan sociaal contact
- Een bijdrage leveren, van betekenis zijn voor de samenleving
- Ondersteuning in eigen vraag helder te krijgen

Checklist 5

Hoe communiceren we over aanbod?

De uitstraling van de activiteit. De woorden
Type plaatjes
Kleuren die de potentiële deelnemers aanspreekt zijn:

Het type argumenten waar potentiële deelnemers ontvankelijk voor zijn is:

De locaties waar potentiële deelnemers verwachten te horen van dit aanbod is:

(Maak een lijst van locaties. Zoals de kapper; supermarkt; bibliotheek; etc)

Personen die kunnen vertellen over aanbod zijn

(Maak een lijst van sleutelfiguren en contactpersonen die in contact staan met de doelgroep)

- “De boodschap over aanbod is
- positief geformuleerd
 - duidelijk over de bedoeling
 - persoonlijk”

DOEL

De oudere besluit gebruik te maken van het aanbod. En de oudere neemt deel aan de activiteit. Daarmee werkt deze persoon aan het (gedrags)doel dat in de eerste fase is geformuleerd.

79 % van de ouderen is actief op sociale media. Onderzoek CBS: in 2019 65-75: 76% actief en 75+ is 40% actief. Vooral tekstberichten

DOEL

Evaluëren, leren van dit proces en als team nog beter worden in het bereiken van een specifieke doelgroep!

Checklist 6

kijk naar de vooraf opgestelde doelen, checklist 1 en 2. Wat hebben we geleerd?

Wat is bereikt en wat ga je in het vervolg hetzelfde aanpakken?

Wat hebben jullie niet bereikt, of welk doel is bijgestuurd?

En wat ga je in het vervolg anders aanpakken?