



COMMUNICATIESTRATEGIE 2025-2026



Inleiding

Atletiekvereniging Avantri bruist! Elke week staan er gezellige trainingen en sportieve prestaties op het programma. Maar...weten mensen buiten de club dat ook? En voelen onze leden zich echt betrokken bij wat er gebeurt?

Daarom is een goed communicatieplan belangrijk. Het helpt ons om duidelijk, enthousiast en doelgericht te laten zien wat we doen. Zowel binnen als buiten de vereniging. We willen onze leden beter informeren, nieuwe sporters aantrekken, vrijwilligers waarderen en de trots op onze club vergroten.

Met deze communicatiestrategie zorgen we dat iedereen op de hoogte blijft, dat onze verhalen en successen worden gedeeld en dat we als vereniging nog meer verbinding en zichtbaarheid creëren.

Doelen

1. **Binding vergroten:** leden en vrijwilligers voelen zich meer betrokken en geïnformeerd
2. **Zichtbaarheid vergroten:** de vereniging laten zien aan de buitenwereld
3. **Ledenwerving:** nieuwe leden (en trainers) aantrekken

Doelgroepen

Intern

- Pupillen – tot 12 jaar
- Junioren – van 12 tot ongeveer 18 jaar
- Senioren en masters – baanatleten vanaf 18 jaar en ouder
- Lopers – nemen deel aan de loopgroepen bij Avantri
- Ouders van jeugdleden – alle ouders van atleten onder ongeveer 16 jaar
- Overige leden, juryleden en vrijwilligers - Alle mensen die samen de club draaiende houden, zoals commissieleden, trainers, coaches, wedstrijdsecretaris, redactie, ledenadministrateur, etc.
- Bestuur - vrijwilligers die de eindverantwoordelijkheid dragen en het beleid van de vereniging uitzetten

Extern

- Potentiële leden – overwegen een lidmaatschap van een sportvereniging
- Sponsors - partners van Avantri die de vereniging financiële ondersteuning geven in ruil voor naamsbekendheid.

- Donateurs - leden, oud-leden of externen die de vereniging in financiële zin ondersteunen.
- Overige externe contacten - Partners die op andere manieren verbonden zijn aan Avantri (oud- leden, ereleden, leden van verdienste).
- Regionale pers - regionale kranten die persberichten en artikelen over Avantri plaatsen.

Communicatiestrategie

Extern

We laten aan de buitenwereld zien waar onze vereniging voor staat: sportplezier, prestaties en een warm clubgevoel. Door actief te zijn op social media, de website actueel te houden en persberichten te delen bij bijzondere gebeurtenissen, vergroten we onze zichtbaarheid. Zo maken we duidelijk dat iedereen – jong en oud, beginner of gevorderd – bij Avantri welkom is. Ons doel is om zichtbaar te zijn, nieuwsgierigheid op te wekken, nieuwe leden te werven en de vereniging positief te profileren in de Krimpenerwaard.

Intern

Binnen de vereniging zorgen we voor duidelijke, betrokken en laagdrempelige communicatie. Via onze nieuwsbrief, de Whatsapp-groepen en korte lijnen tussen bestuur, trainers en vrijwilligers houden we leden op de hoogte van alles wat speelt. We willen dat iedereen zich gehoord en verbonden voelt; of je nu sport, coacht of helpt als vrijwilliger. Zo versterken we het clubgevoel en stimuleren we actieve betrokkenheid van onze leden.

Communicatiematrix

Kanaal	Doelgroep	Inhoud	Frequentie	Verantwoordelijk(en)
Website	Iedereen (extern + intern)	Algemene info, agenda, trainingen, clubrecords, nieuwsberichten	Continu actueel houden	Webteam
Social media (Facebook & Instagram)	Extern publiek (pers, potentiële leden) + leden	Actuele updates, sfeerbeelden, prestaties, evenementen	2-4 x per week	Social media team
Persberichten (lokale media)	Pers	Belangrijk nieuws: prestaties, evenementen, nieuwe initiatieven	Bij relevant nieuws	PR-functionaris

Digitale nieuwsbrief	Leden, vrijwilligers, ouders	Rubrieken, updates, interviews, agenda	1x per 2 maanden	Nieuwsbrief team
Whatsapp	Leden, ouders, vrijwilligers	Praktische interne info, wedstrijden, afgelastingen, oproepen, vragen, contact	Naar behoefte	Trainers, bestuursleden
Posters en flyers	Leden (pupillen en junioren), vrijwilligers, ouders	Aankondiging van wedstrijden en evenementen	Naar behoefte	Commissie communicatie

Website

Het hoofddoel van de Avantri website is informeren. Op de website vinden alle doelgroepen informatie over de vereniging, zoals het laatste nieuws, activiteiten, informatie over trainingen, de wedstrijdagenda en uitslagen. Bezoekers gaan naar de website als zij op zoek zijn naar informatie over een bepaald onderwerp.

Social Media

Avantri maakt actief gebruik van Facebook en Instagram. Social media wordt ingezet om het imago van Avantri – als gezellige, sportieve en actieve vereniging – te versterken. Via de social media wordt gecommuniceerd over leuke evenementen, gezellige trainingen en sportieve wedstrijden. Dit zijn ‘nice-to-know’ berichten. (Need-to-know berichten worden via Whatsapp of de nieuwsbrief gedeeld). Via social media geven we een inkijkje in de vereniging. Social media berichten zijn altijd kort en actueel.

Whatsapp

Om de leden snel te kunnen bereiken, zijn er verschillende Whatsapp groepen. Whatsapp wordt gebruikt om specifieke doelgroepen te informeren. Bijvoorbeeld wanneer een training niet doorgaat of als er ingeschreven kan worden voor een wedstrijd. Via de Whatsapp groepen worden vooral korte, zakelijke en actuele berichten gedeeld.

Digitale nieuwsbrief

De digitale nieuwsbrief heeft als doel de onderlinge verbondenheid binnen de vereniging te versterken en leden enthousiast te maken voor alles wat er speelt. Daarmee draagt de nieuwsbrief bij aan het positieve imago van onze vereniging. De nieuwsbrief verschijnt in ieder geval om de acht weken. Op het moment dat er veel nieuws te melden is – vanuit het bestuur, of tijdens het wedstrijdseizoen – verschijnen er extra edities van de nieuwsbrief. Alle

leden worden automatisch aangemeld voor de nieuwsbrief en wie de nieuwsbrief niet meer wil ontvangen kan zichzelf uitschrijven.

De nieuwsbrief bestaat uit een aantal vaste rubrieken, denk aan:

- Bericht van de voorzitter
- Nieuwsberichten (met een link naar website)
- Wedstrijdverslagen
- Interviews (Vijf vragen aan)
- In het zonnetje...
- Pupil van de maand
- Agenda

De nieuwsbrief wordt verzonden per e-mail en wordt daarna op de website geplaatst. Belangrijke informatie wordt ook als nieuwsbericht op de website gepubliceerd. Een pdf van de nieuwsbrief kan ook in de Whatsapp groepen worden gedeeld.

Persberichten

Om ook doelgroepen te bereiken die geen lid zijn, verstuurt Avantri regelmatig persberichten naar lokale media (Het Kontakt en het AD) om de aandacht te vestigen op belangrijke evenementen en mijlpalen binnen de vereniging. Het doel is om te laten zien dat Avantri aan actieve, sportieve en gezellige vereniging is waar iedereen kan meedoen. Belangrijke voorwaarde voor het versturen van een persbericht is dat het ook nieuwswaardig moet zijn.

We sturen persberichten o.a. naar aanleiding van:

- Jubilea
- Belangrijke wedstrijden
- Bijzondere prestaties

Posters/flyers

Flyers en posters worden gebruikt om doelgroepen te informeren over evenementen, toernooien en andere activiteiten. Bij de kantine is een bord waar materiaal opgehangen kan worden. Nadeel is dat dit bord niet goed zichtbaar is. Posters/flyers zijn beter zichtbaar als ze opgehangen worden aan het krachthonk/wedstrijdsecretariaat. Flyers kunnen ook uitgedeeld worden tijdens een training.

Organisatie en samenwerking

Het webteam, social media team en nieuwsbrieffteam gaan samenwerken vanuit de nieuw te vormen commissie communicatie. Deze commissie heeft één keer per maand online een kort overleg om de communicatie met elkaar af te stemmen. Aan het begin van het jaar wordt een contentplan opgesteld met daarin de vaste gebeurtenissen voor dat jaar (vergaderingen, wedstrijden, etc.) waar in ieder geval over gecommuniceerd moet worden.

Commissie communicatie

Rol	Verantwoordelijkheden
Aanspreekpunt	Verbinder tussen commissie communicatie en bestuur, zorgt voor uitvoering van de communicatiestrategie
Webteam	Beheer en onderhoud website
Social media team	Beheer social media
Nieuwsbrieffteam	Beheer digitale nieuwsbrief
Pers	Verzenden persberichten

Evaluatie

Dit communicatieplan wordt jaarlijks geëvalueerd en waar nodig aangepast. Ook tussendoor vindt regelmatig evaluatie plaats van de effectiviteit van communicatie-uitingen door middel van statistieken, zoals websitebezoekers, nieuwsbriefflezers en social media volgers.