

# Vrijwilligerswervingsbingo

Luister goed naar de omschrijving. Geldt wat gezegd wordt voor jouw organisatie? Kruis dan het betreffende vakje aan.  
Zijn alle vakjes aangekruist? Roep dan '**BINGO**'!

<p>Wij investeren in (nieuwe) vrijwilligers door ze <b>goed in te werken</b> en kennis te laten maken met de mensen en de 'mores' van de organisatie tijdens een proeftijd.</p>	<p>Wij presenteren het takenpakket van de (nieuwe) vrijwilliger aantrekkelijk <b>door niet alleen te vragen</b>, maar ook te <b>laten zien wat het oplevert</b> (kennis/ervaring/contacten/etc.)</p>	<p>Bij de werving van nieuwe vrijwilligers weten we <b>wat onze organisatie aantrekkelijk maakt voor de vrijwilliger</b>. Wij weten wat onze USP's (unique selling points) zijn.</p>
<p>Bij de werving van nieuwe vrijwilligers <b>weten we waar de doelgroep</b> die we zoeken <b>te vinden is</b>, en <b>via welke kanalen ze te bereiken</b> zijn. Bijvoorbeeld via scholen, bepaalde kranten, bijeenkomsten etc.</p>	<p>Bij de werving van nieuwe vrijwilligers <b>weten we precies wie en wat we zoeken (de doelgroep)</b>: welke leeftijd/achtergrond/ervaring/kwaliteiten/vaardigheden de vrijwilliger heeft die onze organisatie nodig heeft.</p>	<p>Wij maken het takenpakket van de (nieuwe) vrijwilliger aantrekkelijk door <b>taken duidelijk af te bakenen</b>, ook in de praktijk. En ze dus niet overvoeren met bijbehorende 'klusjes'.</p>
<p>Wij zijn als organisatie <b>goed vindbaar en bereikbaar</b> voor (potentiële) vrijwilligers: telefonisch per mail, website, eigen locatie.</p>	<p>Wanneer we op zoek zijn naar nieuwe vrijwilligers <b>weet iedereen in onze organisatie daarvan</b> en helpt ook mee te zoeken.</p>	<p>Wij investeren in (nieuwe) vrijwilligers door <b>regelmatig met hen te evalueren of hun interesses en capaciteiten nog wel aansluiten</b> bij hun taken in de organisatie.</p>