

Checklist clubcommunicatie

Met verschillende middelen probeert elke sportvereniging zijn sportaanbod- en activiteiten onder de aandacht te brengen. Maar wil je dat goed doen, dan is het onderhoud ervan essentieel. En dat schiet er, vanwege tijdgebrek en urgentere taken, weleens bij in. Heb je, vanwege het wegvallen van activiteiten, de tijd en mogelijkheid om de clubcommunicatie te updaten? Wij geven je een handige checklist met acties die je kunt afvinken.

1. Basisinformatie checken

Lees zowel op de website als op je sociale media kanalen alle informatie en pagina's eens door. Grote kans dat je er achterhaalde informatie uit haalt. En je doet vaak nieuwe inspiratie op.

- Zijn alle contactgegevens correct (namen, (mail)adressen, telefoonnummers)?
- Zijn de 'bio's' en 'over ons' zowel op de website als op de socials actueel, kloppend en op elk kanaal hetzelfde?
- Klopt de informatie over sponsors nog?
- Zijn de trainingstijden, wedstrijdschema's en info over lid worden actueel en volledig?
- Kloppen de doorlinks naar je socials en andere websites waarnaar je verwijst? Loop ze allemaal eens na.

TIP: schrap lege of onvolledige pagina's of bundel ze indien mogelijk. Bijvoorbeeld: meld je een hele lijst met commissies en haar leden, maar heb je deze niet compleet, bundel ze dan tot één contactpersoon per commissie. Heb je een pagina over sponsoring met allerlei subpagina's maar geen sponsors? Breng de relevante informatie hierover dan onder bij een andere pagina.

2. Kanalen filteren

Heb je meerdere clubkanalen? En heeft elk team op de club inmiddels een eigen kanaal op social media? Zet ze allemaal eens op een rijtje, bekijk ze kritisch en ga er met de bezem doorheen.

- Welke kanalen zijn nog actief en/of waardevol en wil je behouden? Schrap de rest. Om te bepalen of je een kanaal nog nuttig vindt, kijk dan naar:
 - Aantal volgers
 - Aantal likes, reacties en bereik
 - Het aantal en soort berichten (passen ze nog bij het dna van de club?)
 - Wordt er actief gereageerd op reacties (hiermee creëer je een community)
- Kloppen de aangewezen beheerders van elk kanaal nog?
- Hebben alle kanalen een goede vindbare naam en URL?
- Is bij alle kanalen de algemene informatie hetzelfde? Daarmee creëer je één lijn in je communicatie. TIP: Heb je een overzicht van alle actieve kanalen? Zet ze dan ook op de website, met een link ernaar toe. Vermeld er duidelijk bij wat je op welk kanaal vindt, zodat je de juiste doelgroep trekt.

TIP: Heb je een overzicht van alle actieve kanalen? Zet ze dan ook op de website, met een link ernaar toe. Vermeld er duidelijk bij wat je op welk kanaal vindt, zodat je de juiste doelgroep trekt.

3. Checken van logo's en foto's

Elke club maakt gebruik van logo's en foto's in de communicatiemiddelen. Het zijn de 'eyecatchers' op je website of social media. Vaak trek je daar de aandacht van de bezoeker mee. Het kan dan ook geen kwaad om deze eens tegen het licht de houden.

- Zet alle logo's op een rijtje:
 - Staan er geen oude sponsors of partners tussen?
 - Staan er geen logo's tussen die inmiddels zijn vernieuwd?
 - Als je op de logo's klikt, kom je dan op de goede webpagina?
 - Zijn de logo's van goede kwaliteit? Als ze korrelig zijn, vraag of zoek dan een nieuwe.
- Welke foto's zijn aan vervanging toe? Houd daarbij rekening met:
 - Is de foto actueel? Niet ouder dan vier jaar en huidige leden/activiteiten/sportcomplex in beeld
 - Heb je rekening gehouden met de AVG-wetgeving: hebben geportretteerden toestemming gegeven om in beeld te komen?
 - Passen de foto's bij het imago van de club? Stralen ze voldoende energie uit?
 - Passen de foto's bij de tekst? Voorbeeld: bij een artikel over drukte tijdens een evenement, past geen foto van een lege sporthal
- Is er genoeg afwisseling in het beeldmateriaal? Als je bij elke post dezelfde foto plaatst, verlies je de interesse van de bezoeker.
- Passen de foto's bij de tekst? Voorbeeld: Bij een tekst over jeugdleden, plaats je geen foto van 65-plussers.
- Geef aandacht aan de omslag- en profielfoto's van je kanalen. Deze vormen de etalage van je kanaal. Op [deze site](#) vind je de actuele afmetingen voor foto's op verschillende social media platformen.

TIP: Veel sportverenigingen hebben nog een oud logo van het Jeugdsportfonds op de website staan. Dit fonds is in 2019 overgegaan in [Jeugdfonds Sport en Cultuur](#) Rotterdam. Bij hen kun je het nieuwe logo opvragen..

4. Inspiratie opdoen

Wil je nieuwe ideeën opdoen voor je clubcommunicatie? Laat je inspireren door rond te kijken op internet en sociale media. Kijk hoe andere partijen hier invulling aan geven of raadpleeg handige sites en handouts.

- Op onze ['Support'-pagina](#) op de website vind je een aantal artikelen dat je helpt bij clubcommunicatie, bijvoorbeeld welke [digitale tools](#) je kunt gebruiken.
- Het [handboek communicatie](#) voor sportverenigingen helpt je bij clubcommunicatie.
- Kijk ook eens naar hoe andere sportverenigingen hun website en social media kanalen inzetten. Gegarandeerd haal je daar inspiratie op voor je eigen club.
- Op Instagram besteedden wij in één van onze themaweken aandacht aan clubcommunicatie. Op [ons account](#) kun je deze hele story terugkijken.

TIP: Denk eens na over een aantal thema's die je op de socials kunt uitlichten. En net zo belangrijk: bereid ze alvast voor, zodat je dat lijstje kunt gebruiken in periodes dat er minder content is. Voorbeelden:

- Een Q&A met een trainer,
- Throwback Thursday met foto's
- Dilemma Dinsdag
- Stel een makkelijke vraag aan je leden (wat is jouw favoriete positie? Is dit waar of niet waar?)
- Gebruik inhakers (actualiteit, feestdagen, dierendag, moederdag, vrijwilligersdag etc)
- Laat leden zinnen afmaken of clubgenoten taggen
- Geef emoji's een andere betekenis (Leg een stelling voor met daarbij 👍 =
❤️ = ... 😊 = ... en laat de leden op deze manier reageren in de comments)

Het kan zijn dat bovenstaande tips je nog niet genoeg op weg helpen. Heb je als sportvereniging vragen over je clubcommunicatie of heb je ondersteuning nodig op communicatie? Neem dan [contact](#) met ons op.

Regelmatig organiseert Rotterdam Sportsupport werksessies communicatie. Tijdens deze interactieve sessie word je door een adviseur op weg geholpen met jouw communicatie-uitdaging. Houd de [agenda](#) in de gaten voor deze bijeenkomsten of [meld je aan voor de WhatsApp-dienst](#) om op de hoogte te blijven van alle scholingen, bijeenkomsten en workshops van Rotterdam Sportsupport.