

Zichtbaarheid en publiekswerving

VOORBEELDEN

1. Publiciteit / uitstraling

a) Zichtbaarheid

Voorbeelden:

- Verkoopacties
Naast dat verkoopacties geld voor de vereniging kan opleveren, wordt de bekendheid van de vereniging ook vergroot. Er zijn gespecialiseerde bedrijven die u kunnen helpen bij verkoopacties, zoals Fundraise. Zie <http://www.fundraise.nl/>.
Maar u kunt zelf natuurlijk ook een actie bedenken:
 - Verkoop ansichtkaarten waar op de voorkant een mooie foto staat van uw vereniging: een scenefoto van de toneelvoorstelling, een foto van het concert in actie in een mooie zaal, etc.
 - Laat ballonnen of pennen bedrukken met het logo van uw vereniging en verkoop ze voor een klein bedrag in de pauze van uw voorstelling.
- Organiseer een open dag, een toernooi of benefietconcert voor een goed doel
 - Heeft u een eigen gebouw, organiseer daar een feestelijke open dag.
 - Organiseer een toernooi voor collega-verenigingen. Bedenk een activiteit voor de toernooidag waarbij u toewerkt naar een gezamenlijk eindproduct en presenteer dit voor publiek van de verenigingen aan het einde van de dag.
 - Een (benefiet)concert voor een goed doel is snel interessant voor de pers.
- Organiseer af en toe een stand op een beurs.
Denk goed na wat bij je past. Bijv. 55+koor op 55+ beurs.
Informatie over activiteiten in Overijssel:
http://www.overijssel.nl/agenda/beurzen_en_markten/

b) Publiciteit

Voorbeelden

- Ontwikkel een strippenkaart / concertserie met een aantal verenigingen samen.
Gezamenlijk sta je sterker. Ontwikkel bijvoorbeeld een concertserie: plan met een paar verenigingen samen dat er (gedurende 1 of 2 maanden) iedere donderdagavond een voorstelling is van een van de verenigingen. Liefst ook op een vaste locatie zodat bezoekers een regelmatig en daarmee herkenbaar aanbod krijgen. Hiervoor moet u dan afspraken maken met een podium. Samen kunt u dan 1 flyer maken en hierdoor kosten delen.
- Speciaal onderdeel
Kies een 'gewoon' iemand (als bezoeker) of juist een bekende Enschedeër en schrijf daar een speciaal lied/nummer of toneelstuk voor/over. Gegarandeerd publiek én persaandacht!
- Samenwerking met bedrijven
Zoek een bedrijf dat een bedrijfslied wil hebben. Schrijf zelf dat lied, of neem een bestaand lied en 'verkoop' de uitvoering door uw koor voor dat bedrijf.
- Fotowedstrijd
Stel mensen in de gelegenheid om tijdens uw evenement foto's te maken. Het is aan te raden om het thema, bijvoorbeeld actiefoto's of foto's van mensen, centraal te stellen. Plaats de mooiste 10 foto's op uw site en laat mensen stemmen op de mooiste foto (hierdoor wordt de site beter gebruikt). Verbind een prijs aan de winnende foto, bijv. vrijkaarten of speciaal lied voor de winnaar.
- Kortingscoupon
Mensen (of specifieke doelgroep, bijv. jongeren) die zich vooraf inschrijven om bijv. deel te nemen aan een activiteiten of naar het concert te komen, krijgen 10% korting bij een plaatselijke winkel

waarmee u afspraken heeft gemaakt.

- Kans op een prijs
Iedere honderdste bezoeker van het optreden krijgt een leuke herinnering. Voor iedere duizendste bezoeker is een grotere prijs weggelegd.
> dit kan ook algemeen, bijv. iedere 100^e bezoeker van de website.
- Verzin een prijsvraag waarbij mensen kaarten, een gratis les of een meet-en-greet kunnen winnen.

2. Maak het persoonlijk

a) Reclame

Voorbeelden:

- Ontwikkel een cadeaubon:
Bezoekers van uw voorstelling kunnen bijv. van tevoren een bon kopen voor een speciaal lied/dans/muziekstuk. Deze kopen ze als cadeau voor een (jarige) medebezoeker die ze meenemen naar de voorstelling. Het lied/dans/muziekstuk wordt dan als verrassing speciaal voor die medebezoekers opgevoerd.
- Supporterspas:
Familie/vrienden van verenigingsleden kunnen een supporterspas kopen (of krijgen) en kunnen hiermee korting krijgen voor bezoekers die zij meenemen.
- Concert ter ere van....
 - bekend persoon wiens naam aan bijv. een school is gegeven. Nodig de school uit voor uw voorstelling.
 - dirigent die al 5 jaar dirigeert. Nodig alle andere koren uit die hij/zij dirigeert.
 - een bepaalde doelgroep. Nodig die doelgroep uit voor de voorstelling.
 - of de 10e verjaardag van jullie symbool 'de klomp'. Nodig andere verenigingen uit die hier ook iets mee hebben
- Organiseer een actie
 - zorg voor een mailinglist die mensen kunnen invullen in de pauze van een evenement / optreden. Deze kunt u gebruiken om mensen via uw nieuwsbrief op de hoogte te stellen van nieuwe activiteiten.
 - geef vrijkaartjes weg
 - maak de kaartverkoop leuk door alvast iets te laten zien van het optreden

feliciteatie: als je een mailinglijst hebt, waarop ook geboortedata staan, dan weet je wanneer iemand jarig is. Zorg voor een presentje voor iedere deelnemer en/of bezoeker die jarig is op de dag van het evenement

3. Span je in

Voorbeelden:

- Neem deel aan evenementen die worden georganiseerd, zoals de Week van de Amateurkunst, Culturele Zondagen, UITDaAG bij Prismare, etc.
Voorbeeld Culturele Zondag > winkelpubliek verrassen met optredens in de stad

Ludieke acties: flashmob.

Wat is een flashmob.? Een flashmob is een groep mensen die plotseling op een openbare plek samenkomt, iets ongebruikelijks doet en daarna weer snel uiteenvalt. Dit kan bijvoorbeeld een dans zijn of een stuk toneel. Het doel van een flashmob is om iets onder de aandacht te brengen.

- Treed als voorprogramma op bij de voorstelling van een andere vereniging.
- Treed op bij een wijk/straatfeest, bij de kerstmarkt of de braderie.

- Treed op bij de activiteiten van de plaatselijke speeltuin of wijkcentrum, bijv. tijdens de bingoavond.
- Treed op bij verzorgingshuizen.
- Treed op tijdens een mooie zondagmiddag in de lokale kinderboerderij.
- Zoek contact met Brede Scholen.
Zij zijn altijd op zoek naar activiteiten. Door samen te werken met kinderen bent u gegarandeerd van publiek; hun ouders. Ook zijn kinderen misschien uw toekomst!
Meer informatie en contactpersonen vindt u op www.basis053.nl
- Zoek contact met professionele/andere instellingen en probeer daar leuke samenwerkingen mee op te zetten. Voorbeelden:
 - Het Rijksmuseum houdt een tentoonstelling over USA. Prismare koppelde er een creatieve schilderworkshop aan. Maar er had ook bij gezongen kunnen worden of toneelspelen, of... Als het maar bij het thema USA past.
 - Cross over / gastspeler van een andere discipline: dan bereik je andere doelgroepen
 - Graffiti wedstrijd: vooral als uw evenement zich richt op de doelgroep 12 tot 20 jaar kan een graffiti wedstrijd erg aantrekkelijk zijn. Betrek een jongere die zelf regelmatig graffiti tekeningen maakt bij de voorbereiding.
- Geef demonstraties of gratis instructie
Geef gratis instructie en/of demonstraties tijdens uw evenement. Er zijn vast wel mensen in uw omgeving te vinden die iets speciaals kunnen.
- Uitstraling:
 - Maak het groot
 - Kleed het mooi aan
- Strategisch flyeren
 - Op culturele plekken (bij Concordia naast de rij voor de bioscoop, Atak, Muziekkwartier, bibliotheek, Mac Berlijn, etc.)
 - In cafés, supermarkten, etc.
 - Bij uw eigen oefenruimte
 - Plekken waar uw doelgroep komt
 - Bij gelijksoortige bijeenkomsten/concerten/festivals
 - Stop flyers onder snelbinders van fietsen of onder de ruitenwissers van auto's.

4. Treed buiten de gebaande paden

Voorbeelden:

- Zorg voor verrassende cross-overs.
Niet alleen bereikt u daarmee nieuw publiek, ook de achterban van de andere vereniging maakt kennis met u. Dat kan overigens iets of iemand binnen uw eigen discipline zijn, maar ook van ver daarbuiten. Voorbeelden:
 - Kamerorkest Sinfonietta Aurora en de balletacademie
 - SHSEL (Stichting Historische sociëteit Enschede-Lonneker) en het Valerius Ensemble
 - Saxion Hogeschool afdeling kunst en techniek en een popkoor
- Treed eens op op een nieuw of ander podium.
Uw potentiële publiek weet u misschien niet te vinden op uw huidige plek. Elk podium heeft een soort van eigen en vaste achterban. Wanneer u op een ander podium optreedt dan u normaal doet, dan maakt het vaste publiek van dat podium ook eens kennis met u. Dit kunt u ook samen met anderen doen. Voorbeeld: Sinfonietta Aurora in Twentse Welle.

- Verkoop uzelf aan bedrijven.
Treed bijvoorbeeld op bij een opening van een nieuw bedrijf, eventueel in ruil voor sponsoring.
Bijvoorbeeld een popkoor bij een makelaarskantoor.
- Zoek contact met nieuwe doelgroepen die je nieuwe inzichten kan geven vanuit jouw professie en ervaringen als (amateur)kunstenaar.
Filmpje via Moniek:
http://www.cultuur-ondernemen.nl/kunstenaars/voorbeelden/-/asset_publisher/aY3p/content/kunstenaars-en-bankiers-verbeelden-vertouwen?redirect=http%3A%2F%2Fwww.cultuur-ondernemen.nl%2Fkunstenaars%2Fvoorbeelden%3Fp_p_id%3D101_INSTANCE
- Muziek de straat op
Laat een bandje voorafgaand aan het evenement reclame maken voor evenement. Vergeet niet even toestemming te vragen aan de gemeente/politie
- Guinness Book of Records
Door aan te kondigen dat je een record gaat vestigen of verbreken voor het Guinness Book of Records zult je extra publiek trekken.