Thuis op de club

De vereniging als tweede thuis

BRUG8
BEGELEIDERS VAN VERNIEUWING & VERANDERING

Dag 1

BRUG8
BEGELEIDERS VAN VERNIEUWING & VERANDERING

Kennismaking

Wat geeft jou een thuisgevoel op jouw club?

Drie bijeenkomsten thuis op de club

1. Introductie en kennismaking (28 mei)
   - Thuisgevoel
   - Cultuurverandering
2. Verenigingsavond (tussen 30 mei en 24 juni)
   - 20 – 30 betrokken leden
   - Draagvlak voor verandering
3. Verandering doorvoeren (25 juni)
   - Wat wil je veranderen?
   - Concrete planvorming

Thuisgevoel

BRUG8

BEGELEIDERS VAN VERNIEUWING & VERANDERING

Thuisgevoel

Wat is thuisgevoel?

- Veiligheid
- Gezelligheid
- Warmte
- Jezelf kunnen zijn
- Gezelligheid
- Vriendschap
- Etc.

‘Thuis is geen plek, thuis is een gevoel’

Thuisgevoel

Waarom staan we nadrukkelijk stil bij thuisgevoel?

Waarom relevant voor sportverenigingen?

Oost
West
Thuis
Best!

Thuisgevoel

Thuisgevoel = dé kracht van sportverenigingen!

- Zorgt voor ledenbehoud en aanwas nieuwe leden
- Zorgt voor betrokkenheid (ambassadeurs)
- Zorgt voor gezelligheid en veiligheid

Grote bedrijven investeren miljoenen in het creëren van een thuisgevoel voor klanten

BILDERBER

Thuisgevoel

Een tevreden klant komt altijd terug

- Tevreden klant is je beste:
  - ambassadeur / salesmedewerker / fan

Thuisgevoel

Hoe praten uw leden en vrijwilligers over de club tijdens de verjaardag bij de buurman?

Thuisgevoel

Thuisgevoel bestaat uit aantal pijlers:

- Facilitair
- Visueel
- Interactie
- Vrijheid

Cultuur

- Organisatiecultuur: opvattingen, waarden en normen die het gedrag van mensen in organisaties richting geven

‘Thuis is geen plek, thuis is een gevoel’

Thuisgevoel

Thuisgevoel bestaat uit aantal pijlers:

- **Visueel**

Thuisgevoel

Thuisgevoel bestaat uit aantal pijlers:

- **Facilitair**

Thuisgevoel

Thuisgevoel bestaat uit aantal pijlers:

- **Interactie**

Thuisgevoel

Thuisgevoel bestaat uit aantal pijlers:

- **Vrijheid**

Thuisgevoel creëren

Hoe kan je het thuisgevoel beïnvloeden?

- **De facilitaire en visuele pijler zijn relatief eenvoudig**
- **Lastig is: interactie & vrijheid**

Creëren van een thuisgevoel gaat over cultuur!

- **De ziel van de vereniging**

Hier is het normaal dat:

- ***We elkaar een hand geven bij ontmoeting***
- ***We open staan voor nieuwkomers***
- ***We open en gastvrij zijn naar iedereen***
- ***We ons allemaal verantwoordelijk voelen voor de vereniging en een ander***

9
LONG
76

Volgende bijeenkomst

Hoe kun je thuisgevoel beïnvloeden?

Hoe kun je een cultuurverandering bewerkstelligen?

Enquêtes

BRUG8
BEGELEIDERS VAN VERNIEUWING & VERANDERING

Enquêtes

Bekijk de enquête resultaten

- **Wat valt op?**
- **Wat springt eruit? Wat wordt veel genoemd?**
- **Welke antwoorden had je verwacht? Welke juist niet?**

Schrijf op een flip-over:

- **Welk beeld hebben jouw leden over het thuisgevoel op jullie club? Hoe kijken zij daarnaar?**
- **Wat zijn de belangrijkste veranderpunten?**

Presenteer dit aan de groep

Guest Journey

BRUG8

BEGELEIDERS VAN VERNIEUWING & VERANDERING

BRUG8
BEGELEIDERS VAN VERNIEUWING & VERANDERING

Guest Journey

Leer te kijken door de ogen van de gast

- Gast = gebruiker

  (hotelgast, restaurantgast, vergadergast, gast van een gast, etc.)

- Gast = boeker

  (secretaresse, travel agent, congresorganisatie etc.)

- Gast = derden

  (gemeenten, city marketing, luchtvaartmaatschappijen, culturele instanties etc.)

- Gast = ?

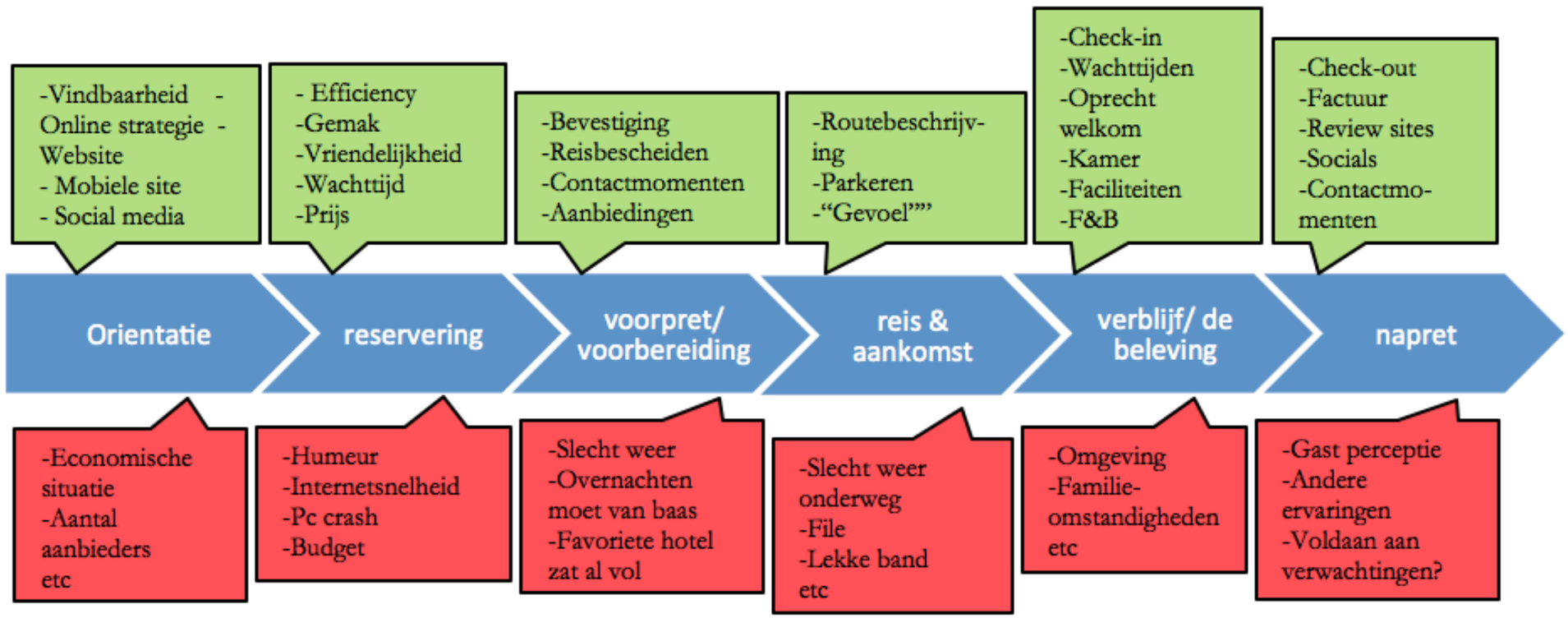
Guest Journey

Leer te kijken door de ogen van de gast

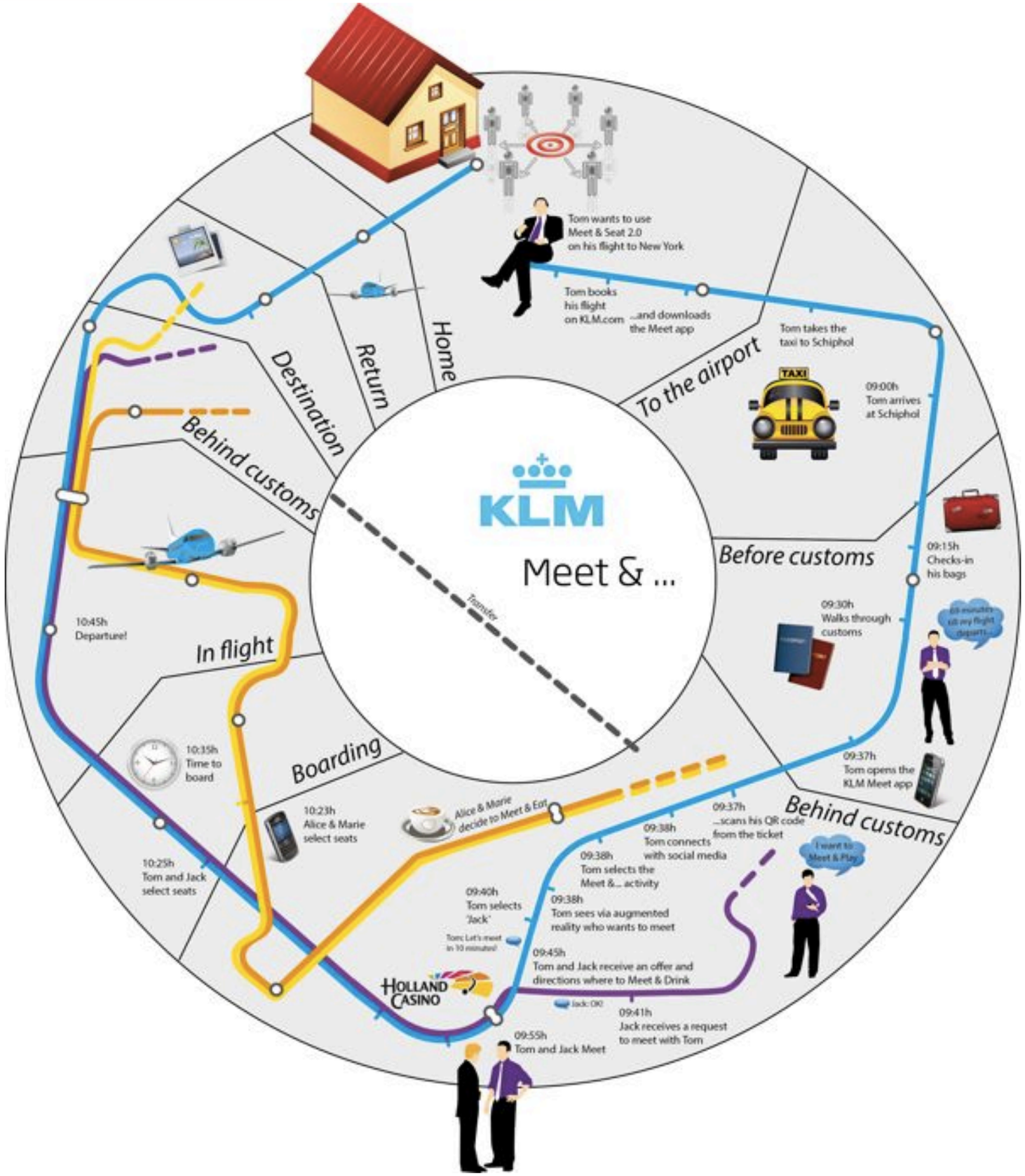
- Gast = gebruiker
  (sporter, clublid, bezoekende sporter, coaches, etc.)
- Gast = boeker
  (toeschouwers, ouders, vrijwilligers, supporters, etc.)
- Gast = derden
  (landelijke vereniging, gemeenten, sponsoren, etc.)
- Gast = ?

Guest Journey

Guest Journey Model Hotel Business



Guest journey KLM (contactmomenten)

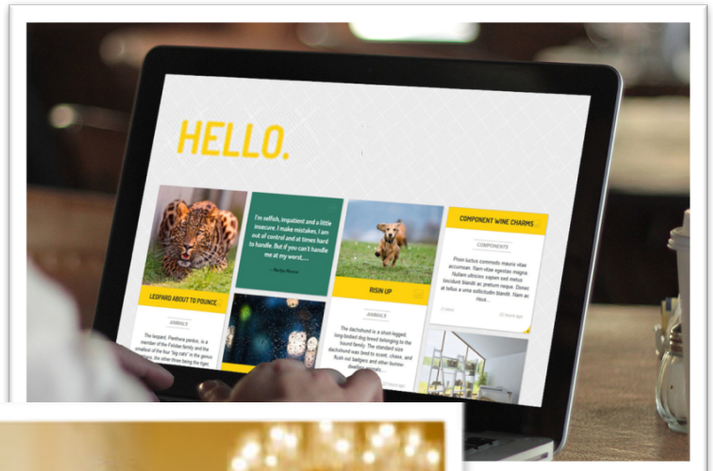


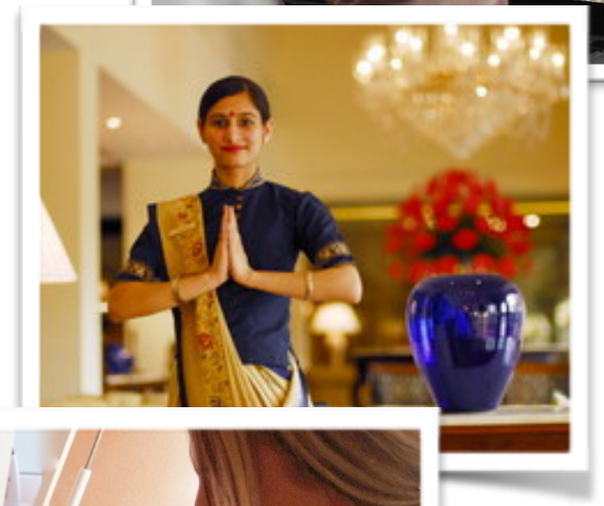
Guest Journey voor de sportvereniging

Succesfactoren vanuit hospitality sector

Richt je op:

- Voorpret / voorbereiding
- Reis en aankomst
- Verblijf en beleving
- Vertrek en napret





Guest Journey voor de sportvereniging

Reis en aankomst…

Guest Journey voor de sportvereniging

Verblijf en beleving…

- Hoe serveren wij de koffie?

- Zo?

- Of zo?

Guest Journey voor de sportvereniging

Verblijf en beleving…

- Hoe serveren wij de bitterbal?

- Zo?

- Of zo?

Guest Journey voor sportverenigingen

Stappenplan

- **Stap 1: Weet wie je bent**
  Wat wil je? En wat kan je?
- **Stap 2: Leef je in**
  Wie zijn je leden? Wat willen zij?
- **Stap 3: Benoem de kritische belevingsmomenten**
  Werk de Guest Journey uit voor jouw vereniging
- **Stap 4: Analyseer de beleving**
  Wat vinden leden van de belevingsmomenten?
- **Stap 5: Maak een plan van aanpak**
  Wat wil je veranderen? Wat is haalbaar? Wat kan nu? Wat is voor de lange termijn?

Guest Journey voor sportverenigingen

Maak Standard Operating Procedures (SOP's)

- Bijv.: De prullenbakken op de parkeerplaats worden 3 keer per dag geleegd (ochtend, middag en avond).
- Bijv.: De clubvlaggen die buiten wapperen, zijn "heel" en schoon.
- Bijv.: Wij serveren de koffie op zus en zo manier.
- Bijv.: De kleedkamers op onze sportclub worden na elk gebruik geïnspecteerd en zo nodig gereinigd (leg één en ander SMART vast; Wie, Wat, Waar, Wanneer??).
- Bijv.: Bij koud weer verkopen wij erwtensoep aan de gasten die buiten langs de lijn staan.
- Bijv.: De achtergrondmuziek in de sportkantine is……?

Onderscheiden

Waarin wil jij je als tennisvereniging in onderscheiden?

- **‘Hygiënefactoren’ versus onderscheidende kenmerken**
- **Wat is is uniek aan jouw tennisvereniging?**
- **Hoe kun je je daarin onderscheiden?**

Overpromise and underperform

Underpromise and overperform

Surprise

Gastvrijheid en thuisgevoel bij Bilderberg

BRUG8
BEGELEIDERS VAN VERNIEUWING & VERANDERING

Guest Journey voor jouw tennisverenigingen

Stappenplan

Schrijf op een flipover:

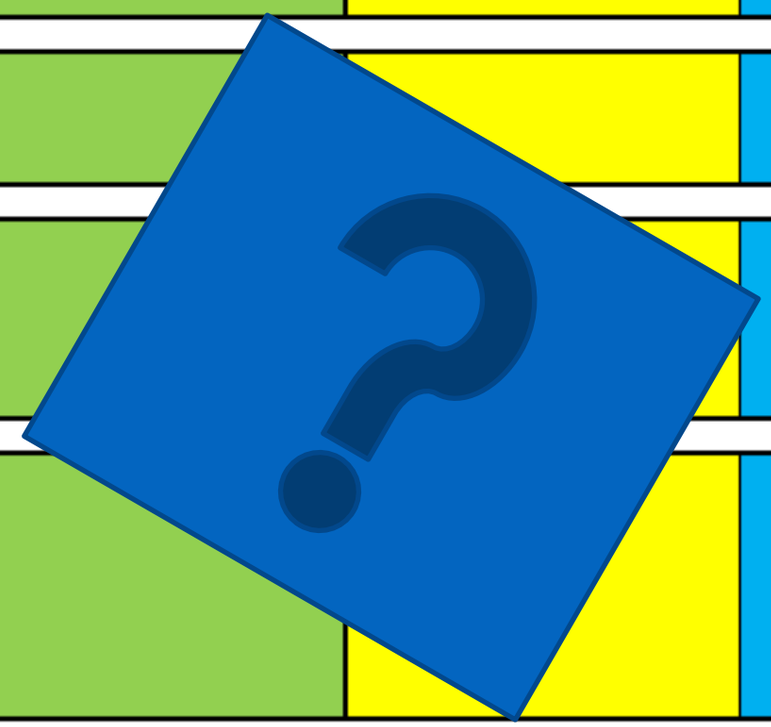
- **Stap 1: Weet wie je bent**
  Wat wil je? En wat kan je?
- **Stap 2: Leef je in**
  Wie zijn je leden? Wat willen zij?

HUISWERK

- **Stap 3: Benoem de kritische belevingsmomenten**
  Werk de Guest Journey uit voor jouw vereniging
- **Stap 4: Analyseer de beleving**
  Wat vinden leden van de belevingsmomenten?
- **Stap 5: Maak een plan van aanpak**
  Wat wil je veranderen? Wat is haalbaar? Wat kan nu? Wat is voor de lange termijn?

Hoe ziet de Guest Journey van jouw vereniging eruit?

	GUEST JOURNEY HOTEL	GUEST JOURNEY SPORTVERENIGING	STAKEHOLDERS HOTEL	STAKEHOLDERS SPORTVERENIGING
ORIENTATIE FASE	Vindbaarheid op internet en toegankelijkheid website Beschikbaarheid en leesbaarheid van goede informatie Bekendheid hotelmerk of hotelnaam in de int. Markt Scores van hotel op Tripadvisor, Zoover, Booking.com etc.	Vindbaarheid op internet en toegankelijkheid website Beschikbaarheid van goede informatie Bekendheid van club op school / bij vrienden	gebruiker, boeker, travelagent (BtoB) marketing organisatie, beoordelings sites, etc.	leden, ouders & familie, bezoekers club, sportbond, supporters, gemeenten, sponsoren, etc
RESERVERINGS FASE	De juiste prijs op het juiste moment beschikbaar Gebruikersvriendelijkheid van het online - reserveringstool Administratieve afhandeling bevestiging van reservering			
VOORPRET / VOORBEREIDING	Het krijgen van een correcte bevestiging Reisbescheiden toesturen indien van toepassing Wij wensen u een goede reis mail!! Mogelijkheid van het sturen van aanbiedingen			
REIS EN AANKOMST	Locatie Hotel is gemakkelijk vindbaar op "Tom Tom" Locatie Hotel is goed zichtbaar o.a. door gebruik van borden Locatie Hotel is goed zichtbaar o.a. door gebruik van vlaggen Er is voldoende parkeergelegenheid of informatie hieromtrent Omgeving van Hotel is schoon zonder zwerfvuil etc. Buitenkant Hotel doet gastvij en verwelkomend aan			
VERBLIJF EN BELEVING	Wachttijden en beschikbaarheid van gastheren / vrouwen Oprecht Welkom Lobby/ Entree/ Bloemen/ kwaliteit van schoonmaak/Internet Kamer / Faciliteiten / kwaliteit van schoonmaak Badkamer / facilteiten / kwaliteit van schoonmaak Verrassing elementen gedurende het verblijf Verzorging en kwaliteit van Food en Beverage, ONTBIJT Fotografie mogelijkheden / Logo / Social Media			
VERTREK EN NAPRET	Check - Out Correcte Factuur Foto's en teksten op Social Media Dank U wel Mail met evt.gasten enquette / review sites Aftersales mogelijkheden			



BRUG8
BEGELEIDERS VAN VERNIEUWING & VERANDERING

Afsluiting

BRUG8
BEGELEIDERS VAN VERNIEUWING & VERANDERING

Huiswerk

- Organiseer een verenigingsavond
  - Avond met 20-25 betrokken leden
  - In gesprek over thuisgevoel
  - Leden (en hun wensen/behoeften) leren kennen

- Guest Journey
  - Werk de Guest Journey van jouw vereniging verder uit
  - Probeer dit voor de verenigingsavond te doen

- Plan van aanpak
  - Neem de resultaten van de enquête, de verenigingsavond en de uitgewerkte Guest Journey
  - Wat willen jullie veranderen?
  - Benoem veranderpunten voor nu, 1 jaar en 3 jaar
  - Denk aan alle vier de pijlers van thuisgevoel
  - Presenteer dit tijdens de laatste bijeenkomst

Brug8 - *Begeleiders van Vernieuwing en Verandering*

Thuis op de club is ontwikkeld door organisatieadviesbureau Brug8

- **Brug8**

IJsclubstraat 13

3061 GR Rotterdam

Tel. 010-8467897

info@brug8.nl

www.brug8.nl

BRUG8

BEGELEIDERS VAN VERNIEUWING & VERANDERING