

# Guide til lokal synlighed

- Sådan bliver du (og Hjerteforeningen lokalt) synlig før, under og efter et arrangement

Når du afholder et arrangement, har du og Hjerteforeningen en helt unik mulighed for at få jeres målgruppes opmærksomhed.

Der er en gruppe af mennesker, der er meget interesserede i jeres arrangement, fordi de netop har tilmeldt sig. Og du har derfor deres opmærksomhed både før, under og kort efter, at I har afholdt begivenheden.

Sørg for at bruge den interesse og opmærksomhed effektivt op til arrangementet – og sørg for at den ikke daler, når lysene er slukket, roll-up banneret er taget ned, og deltagerne er gået hjem.

Du skal med andre ord overføre interessen for jeres arrangement til interesse for jeres projekt og klub eller lokalforening. Det handler om at synliggøre, at I som forening er arrangører, og hvad I som forening – udover det konkrete arrangement – også kan tilbyde jeres glade deltagere.

Sådan øger din forening chancen for, at deltagerne fremover melder sig på banen til flere af jeres arrangementer og aktiviteter (med flere af deres familie, venner og naboer) og måske bliver medlemmer af – eller endda frivillige i – foreningen.

Og dét giver denne guide dig inspiration til.

## Synlighed før et arrangement:

Før, I afholder jeres arrangement, har I deltageres opmærksomhed, fordi de glæder sig til arrangementet. De er meget modtagelige overfor kommunikation fra jer – både hvad angår den konkrete arrangement (særligt med hensyn til praktiske informationer), og hvad angår foreningens øvrige tilbud.

Deltagerne har vist, at de er interesseret i (jeres) oplevelser, så nu skal du fortælle dem, hvad I også kan tilbyde.

## Sådan bliver din forening synlig før arrangementet?

- Send en deltagermail – og løft sløret for udvalgte, øvrige aktivitetstilbud, der kan være relevante for samme målgruppe?
- Fortæl om jeres forening?

- Guide jeres deltagere ind på foreningens Facebook-side (hvis I har en)

### **Send en deltagermail – og løft sløret for udvalgte, øvrige aktivitetstilbud**

Når I forud for jeres arrangement sender praktiske informationer ud på mail til deltagerne – fx parkeringsforhold, mødested, etc. – bør I benytte muligheden til også at fortælle dem om jeres øvrige udvalgte tilbud. Du har med garanti flere spændende aktiviteter, du kan fortælle om, men prøv at udvælge de mest relevante for målgruppe – baseret på hvilket arrangement, de er tilmeldt.

### **Fortæl om jeres forening**

I kan også benytte deltager-mailen til at fortælle om jeres projekt, klub eller lokalforening; Hvordan er I organiseret (baseret på frivillighed)? Hvad brænder I for? (fx at skabe gode oplevelser for hjertepatienter og pårørende), etc.

### **Guide jeres deltagere ind på foreningens Facebook-side (hvis I har en) og hjemmeside.**

Har din klub eller lokalforening en Facebook-side, hvor I aktivt kommunikerer om jeres aktiviteter? Så husk at invitere jeres arrangementsdeltagere med ind i jeres online opslagstavle, så de kan følge med der. Der kan I kommunikere direkte med dem om jeres tilbud – og I kan gå i dialog med jeres følgere og dermed blive klogere på, hvilke aktiviteter I kan tilbyde dem, så de bliver ved med at finde jeres aktiviteter aktuel og relevant. Facebook er også et godt sted til at uploade billeder fra jeres arrangementer; de fleste deltagere vil meget gerne genopleve stemningen og se billeder af sig selv – og det gavner også jeres forening, fordi I på den måde kan vise (og ikke bare fortælle med ord) endnu flere potentielle deltagere, hvor sjovt det er at være med til netop jeres begivenheder.

### **Synlighed under et arrangement:**

Når, I afholder arrangementet, har I et unikt fysisk rum, hvor I har mulighed for at fange deltagernes opmærksomhed – uden andre konkurrerende budskaber. De er til arrangementet for at få en god oplevelse sammen - og med jer.

Hvor I før arrangementet havde kontakt med deltagerne digitalt – fx via mail og Facebook – har I under arrangementet deres opmærksomhed fysisk. I kan tale med deltagerne ansigt til ansigt, og I kan vise dem med fysiske materialer og handlinger, hvilke øvrige tilbud jeres forening byder på.

### **Sådan bliver din forening synlig under arrangementet?**

- Gør foreningen synlig med fysiske materialer?

- Skab en god stemning – med en vært?
- Fang stemningen på billeder og evt. video – og brug dem til fremtidig markedsføring ?
- Del flyers ud om foreningens tilbud – og tal med deltagerne?
- Præsenter jeres øvrige aktivitetstilbud i en aktivitetszone?
- Forlæng motionsarrangementet med en 'arrangementpose'/'goodiebag'.

### **Gør foreningen synlig med fysiske materialer**

Vær synlige med fysiske materialer, der omhandler jeres forening. Dét skaber en fysisk ramme for begivenheden, så deltagerne får fornemmelsen af, at de er en del af noget godt og hyggeligt, hvor der er gjort meget ud af det.

Derudover skaber det naturligvis en opmærksomhed hos deltagerne om, hvem der er arrangør.

De fysiske materialer – fx bannere, roll ups og beach-flag - kan både være generelle (fx med HF-logo) eller aktivitetsspecifikke (fx et banner med en kerneaktivitet).

Bestil fysisk materiale på frivilligshoppen eller hos [frivilligadministration@hjertereforeningen.dk](mailto:frivilligadministration@hjertereforeningen.dk)

### **Skab en god stemning – med en vært**

Det er vigtigt, at I sætter rammerne for arrangementet med en hyggelig lokation. Hav en vært, der – udover det konkrete arrangement – kan fortælle deltagerne om jeres forening og øvrige aktivitetstilbud.

### **Fang stemningen på billeder og evt. video – og brug dem til fremtidig markedsføring**

De fleste deltagere synes, at det er sjovt at se billeder af sig selv fra en begivenhed. Og derudover kan jeres forening (når I husker at få tilladelse fra deltagerne) bruge billederne fra jeres arrangement til fremtidig markedsføring af jeres aktivitet og HjerteForeningen. Det virker godt og overbevisende, at I kan vise potentielle deltagere, hvor sjovt man har det til jeres begivenheder – fremfor kun at kunne fortælle det med ord. Få en af jeres frivillige til at tage billeder og evt. video – eller allier jer med den lokale fotoklub eller lignende.

### **Del flyers ud om foreningens tilbud – og tal med deltagerne**

Til jeres arrangement møder i deltagerne fysisk. Udnyt den fysiske kontakt – og gå hen og tal med jeres deltagere. Bliv klogere på, hvorfor netop de er kommet, og brug lejligheden til at give dem en flyer eller folder, der præsenterer jeres forening(s) aktiviteter. Stil eventuelt en "bar" med kaffe, koldt vand og/eller frugt og grønt frem, og tal med deltagerne, mens de forsyner sig.

### **Præsenter jeres øvrige aktiviteter og tilbud i et område**

I kan også bruge det fysiske rum til et arrangement til at vise udvalgte af jeres aktiviteter frem. Har I Giv Liv i lokalområdet? Så hav en instruktør og dukke med, som deltagerne kan prøve i en pause. Har I Hjertemotion i nærheden? Så lav evt. en fælles opvarmning på gulvet. Lad deltagerne prøve jeres aktiviteter på egen krop – og husk at fortæl dem, hvordan og hvornår de kan prøve aktiviteterne hos jer.

### **Forlæng arrangementet med en 'arrangementpose' (goodiebag)**

Send deltagerne hjem med en lille 'arrangementspose'. Deltagerne bliver positivt overrasket over at få 'en lille gave' med hjem, og I hjælper dem med at forlænge oplevelsen af jeres begivenhed. Når I giver deltagerne noget fysisk materiale med hjem, er det nemmere for dem at huske den gode oplevelse, de netop har haft med jer, når de ser folderen fra jer på køkkenbordet et par dage efter. Arrangementsposen kan eksempelvis være en stof- eller plastikpose, og i den kan I fx lægge flyers om jeres forening og/eller en invitation til jeres næste begivenhed.

### **Synlighed efter et motionsarrangement:**

Når I har afholdt arrangementet, har I sendt deltagerne hjem med en god oplevelse i rygsækken. Deltagerne har mærket på egen krop, hvad I kan tilbyde – og de har også fået det fortalt af jer personligt. Deltagerne er forhåbentlig blevet nysgerrige på din forenings andre arrangementer – eller jeres øvrige aktiviteter. Efter arrangementet er jeres fornemmeste opgave derfor at fastholde dén interesse, så den ikke ryger i glemmebogen, når hverdagen banker på.

### **Sådan bliver din forening synlig efter arrangementet?**

- Send en 'Tak for din deltagelse'-mail?
- Brug Facebook aktivt, del billeder fra arrangementet – og inspirer deltagerne til at komme igen?
- Giv deltagerne et aktivitetstilbud, de ikke kan sige nej til?
- Byd deltagerne velkommen som frivillige i foreningen?
- Evaluér arrangementet – og bliv klogere på jeres målgruppe

### **Send en 'Tak for din deltagelse'-mail**

En god måde at takke jeres deltagere for en god dag/aften – og for deres deltagelse – er via mail. Send en mail, hvor I opsummerer dagen kort – og sender dem relevante links. Det kan eksempelvis være links til slides eller billeder fra dagen. Rund gerne mailen af med at informere deltagerne om,

hvad de i den kommende tid kan deltage i hos jer. Det kan være nærliggende at skrive om alle jeres spændende aktivitetstilbud, men prøv at vække deres nysgerrighed med udvalgte begivenheder og andre aktiviteter, der passer til målgruppen. Har I eksempelvis afholdt et foredrag om kost, så fortæl deltagerne om webinar-siden på hjerteforeningen.dk eller opskrifterne. Eller fortæl om næste foredrag hvis det fx handler om kolesterol eller lignende.

### **Brug Facebook aktivt, del billeder fra arrangementet – og inspirer deltagerne til at komme igen**

Efter jeres arrangement vil mange deltagere gerne se billeder af dem selv. Brug derfor foreningens Facebook-side til at lægge billederne op – og link til Facebook-siden fra jeres hjemmeside og i jeres 'Tak for din deltagelse'-mail. Hvis jeres arrangement er tilbagevendende, kan I bruge Facebook til at oprette en begivenhed for næste arrangement, så deltagerne allerede nu kan sætte kryds i deres kalender og reservere datoen til flere oplevelser med jeres forening.

### **Giv deltagerne et aktivitetstilbud, de ikke kan sige nej til**

Har I mulighed for at tilbyde jeres arrangementsdeltagere en rabat, et tilbud eller en prøveperiode i foreningen? Så vil det være en god og nem vej ind i foreningen – og en god mulighed for at invitere dem indenfor med et tilbud, de (næsten) ikke kan sige nej til. Giv dem eksempelvis mulighed for en gratis prøvetime på Hjertemotion, et halvt års gratis medlemskab – eller rabat på jeres aktiviteter og/eller medlemskontingent.

### **Evaluér arrangementet – og bliv klogere på jeres målgruppe**

Når I har afholdt jeres arrangement, er det en god idé at evaluere indsatsen internt, så I kan lære både af de ting, der gik godt og dem, der gik mindre godt. Med den viden i baghånden er I bedre klædt på til at afholde og reklamere for næste arrangement. Det er også oplagt og ofte en nødvendighed at evaluere arrangementet eksternt (især ved tilbagevendende begivenheder) ved at spørge jeres deltagere, hvordan deres oplevelse med arrangementet var. Her kan I med fordel også evaluere jeres markedsføringsindsats, så I får et indblik i, hvor jeres deltagere blev opmærksomme på jeres arrangement. Brug også evalueringen til at blive klogere på, hvilke arrangementer og aktiviteter I skal tilbyde deltagerne for fortsat at være en attraktiv forening, som de har lyst til at blive en del af.

### **Byd deltagerne velkommen som frivillige**

Når I sender jeres evaluering ud til deltagerne, kan I med fordel også inkludere et spørgsmål, der handler om, hvorvidt deltagerne er interesserede i at være med til at arrangere lignende begivenheder – eller andet frivilligt arbejde i foreningen. I kan også – eksempelvis i 'Tak for din deltagelse'-mailen –

fortælle deltagerne, hvorfor det er så givende at være frivillig i netop jeres forening – og invitere dem til at kontakte jer til en snak om, hvordan, i hvilket omfang om med hvilke opgaver den enkelte deltager ønsker at bidrage i netop jeres forening. Det er to forskellige måder at invitere nye, potentielle frivillige indenfor; bed om hjælp til en konkret opgave – eller lyt til, hvordan deltageren selv ønsker at bringe sine kompetencer og sin tid i spil som frivillig hos jer.

/JH sep23