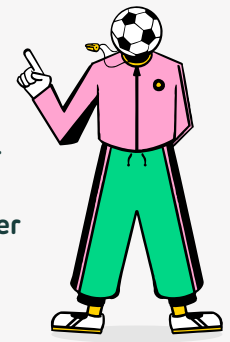


# TRAIN JE SPORTSCHOUDERS!

## Tool: 10 tips voor een goede vacature

Je taak dient aantrekkelijk te zijn, maar de manier waarop je je taak naar buiten brengt, is zeker even belangrijk. Hoe je communiceert is van essentieel belang. Spreek de taal van de vrijwilliger. Welke soort vrijwilliger zoek je? Jong? Oud? Pas je taal aan, aan de vrijwilliger die je zoekt.



### 1. Straffe titels vallen op.

Het eerste wat potentiële vrijwilligers zien is de titel van je vacature. **Je krijgt één kans om die eerste indruk te maken.** Spring uit de band en zorg voor een leuke omschrijving. Woorden als 'vrijwilliger' en 'gezocht' horen alvast niet thuis in de titels op een sportvacature databank. Je post immers een vacature op een... Juist, ja: vacaturebank voor vrijwilligerswerk. Gebruik de beschikbare ruimte liever voor een titel die opvalt en aanspreekt. Gebruik in je titel ook trefwoorden die een potentiële vrijwilliger aanspreken. Leef je even in in zijn manier van zoeken en denken. Zorg dat meteen duidelijk is waar het om gaat.

### 2. Haalbaarheid troef.

Soms zien we vrijwilligersvacatures die het profiel van Superman of Catwoman omschrijven. Met ronkende functietitels waar zelfs een ervaren CEO voor terugdeinst. Of met takenlijsten die de meest gedreven vrijwilligers angst inboezemen. Waarom begin je niet wat kleiner, met haalbare functies en taken? **Splits je vacatures op. Iemand die klein begint wil straks vast wel meer dingen opnemen** dan je in eerste instantie gevraagd hebt. Op voorwaarde dat het voldoening geeft, natuurlijk!

### 3. Hou het kort.

Je vacature is in de eerste plaats bedoeld om te werven. Uiteraard heb je heel wat informatie die belangrijk is. **Maar focus: beperk je tot wat noodzakelijk is.** Op een beeldscherm lezen we tot 35% trager. Een digitale vacature hou je dus beter wat korter. Ook je zinnen zijn best niet te lang. Kort is goed, maar drie woorden is natuurlijk ook niet genoeg. Bied extra informatie aan geïnteresseerden op andere manieren aan: in een printklare PDF, langs de telefoon of tijdens een persoonlijk gesprek.

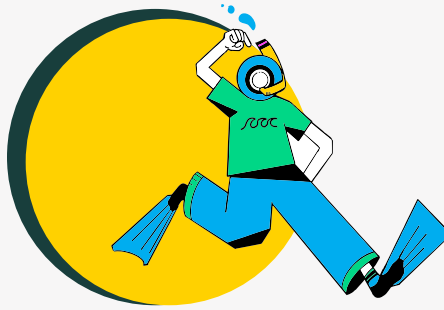
### 4. Tel tot 7.

**Je hebt toch veel tekst? Werk dan met een opsomming.** Gebruik korte zinnen onder elkaar en ga niet verder dan 7 onderdelen in je opsomming. Dit werkt écht om de aandacht van je lezer op het scherm vast te houden, dus doen!

### 5. Toch geen blabla!

Jargon en afkortingen in je tekst? Schrappen maar! Outsiders hebben geen idee waarover je het hebt en het schrikt af. Lopen je zinnen over van woorden zoals 'kunnen, worden, zouden, mogen'? Die klinken niet erg trefzeker en maken je tekst onnodig lang. Schrap alle overbodige werkwoorden uit je tekst. Vermijd passieve zinnen. Vergeet twijfelwoorden als 'misschien', 'eventueel' en 'mogelijk'. **Schrijf helder, positief en beknopt.**

# TRAIN JE SPORTSCHOUDERS!



## 6. Zet de bril van een vrijwilliger op je neus.

Lees je vacature eens met de ogen van iemand die op zoek is naar een fijne vrijwilligersplek. **Spreekt het je aan? Krijg je zin?** Of klik je snel weg want te vaag, te moeilijk, te veel? Twijfel je nog, laat dan de vacature eens nalezen door iemand anders en vraag zijn of haar ongezoeten mening.

## 7. Wij en jij.

Het geheim van een goede wervende tekst zit 'm in hoe vaak je spreekt over 'wij' en 'jij'. Tel dat eens na in je tekst. **Gaat het alleen over jullie? Dan heb je nog werk aan de winkel.** Zorg dat je meer over 'jij', de vrijwilliger, spreekt en je zal beter scoren. Het verschil tussen: 'je krijgt bij ons veel gezelligheid' en 'het is gezellig bij ons', maakt een wereld van verschil in gevoel voor de lezer.

## 8. Vertel wat je te bieden hebt.

Ikke, ikke en de rest kan stikken! Je voelt zelf ook wel aan dat een vacature die alleen vanuit je eigen noden vertrekt, niet aanspreekt. Vertel aan potentiële vrijwilligers wat zij eraan hebben om bij jullie te vrijwilligen. **En dat hoeft heus niet over vergoedingen te gaan.** Een leuke sfeer in huis, aandacht voor vrijwilligers, dankbaarheid van sporters en ouders,... of goede koffie! **Speel je troeven uit.**

## 9. Prikkel met een vraag. Of twee.

Vragen prikkelen de verbeelding. Je kan deze techniek toepassen om je lezer in je greep te houden. Maar overdrijf niet! Kandidaat-vrijwilligers willen vooral iets te weten komen, en niet met 17 retorische vragen opgescheept - of beter afgescheept - worden.

## 10. Wie laatst lacht, lacht best.

Zo, jouw vacature is nu best wel 'vet'. Tot slot zet je minstens onderaan nog een 'call to action': dat is een **concrete oproep tot actie**, die erg duidelijk moet zijn voor de vrijwilliger. 'Contacteer Sandra voor meer informatie' of 'Ontdek onze website' of 'Solliciteer nu', met een link naar een mailadres, telefoonnummer of het contactformulier op je website.

