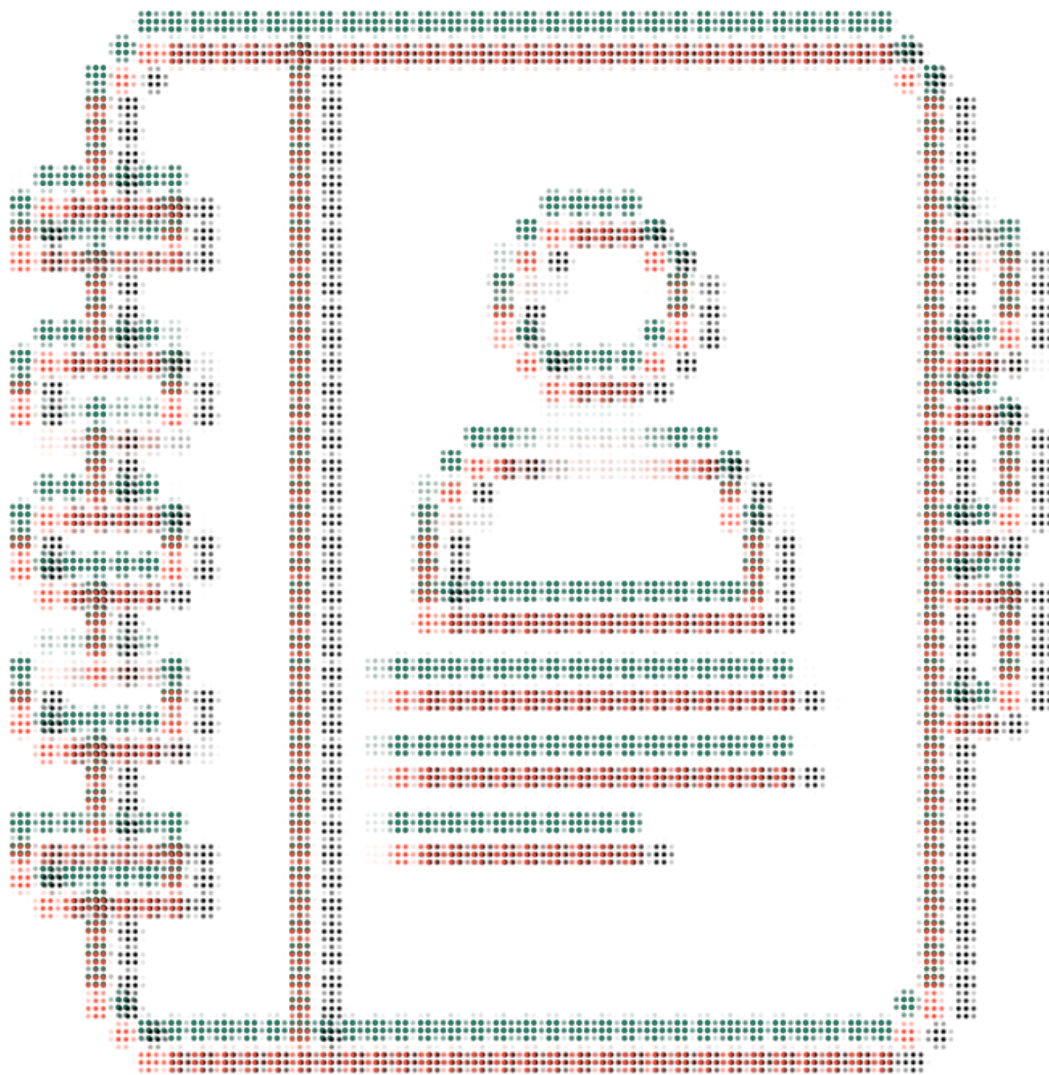


Persoonlijke data voor people power



**Netwerken voor organisaties en actiegroepen,
ofwel: waarom je aan zoveel mogelijk mensen hun
telefoonnummer moet vragen.**



Het is het goud van elke succesvolle campaigner: je netwerk. De mensen die je om hulp kunt vragen, want met alleen een klein kernteam bereik je niets. Het zijn de mensen die je helpen om het verschil te maken. Maar... wanneer kun je mensen om hulp vragen? Juist, wanneer je ze kan bereiken, je weet welke hulpvraag je ze wilt stellen, en waarom ze je zouden willen helpen.

Klein beginnen.

Onze gouden tip aan elke activist is: vraag iedereen die je ontmoet, waarvan je vermoedt dat ze iets voor jouw doel kunnen betekenen, om hun telefoonnummer en sla ze op. Het zou een tweede natuur moeten zijn. Kun je toegevoegd worden aan een e-maillijst, facebookgroep of appgroep; doe dat. Ook als dat je dat op dit moment weinig oplevert, ooit komt de dag dat het je toegang geeft tot mensen die je verder kunnen helpen.

Als je campagne groter wordt en gaat groeien, kom je er namelijk niet meer met je persoonlijke netwerk. Je gaat werken met een groter team en moet gebruik kunnen maken van elkaars netwerken. Ook als een teamlid toevallig even niet beschikbaar is, of zelfs uitvalt. Dit betekent dat je ergens een (beveiligde) centrale plek wilt maken waar je de contactgegevens van je gehele team bij elkaar brengt, en waar alle teamleden die daar iets mee moeten toegang toe hebben.

Waarom veel volgers op social media niet genoeg is.

Ja, het loont om veel volgers te hebben op Instagram of Twitter. Maar het is niet genoeg. Ten eerste, deze commerciële platforms zijn er om de data van je volgers te verkopen aan adverteerders. Ze zijn er niet om je campagne verder te helpen. Daarom werken ze met verslavende algoritmes die bepalen wat jij en je volgers wel of niet te zien krijgen op deze platforms. Dat betekent onder andere dat als jouw Tweet of Instagram-post niet leuk genoeg gevonden wordt door het algoritme, maar een heel beperkt deel van je volgers dit bericht te zien krijgt. Hoe dat algoritme werkt, verandert geregeld. Daarnaast kunnen ze je bericht als 'aanstootgevend' zien en je bericht actief dempen (shadow banning).

Kortom, als je niet afhankelijk wilt zijn van deze grote tech-bedrijven, dan wil je mensen die je volgen ook op een andere manier bereiken. Nodig ze daarom altijd uit om je ook te volgen via je nieuwsbrief, of vraag ze op een andere manier om een e-mailadres of telefoonnummer met je te delen.



Systematisch contactgegevens verzamelen.

Als je campagne gaat groeien gaat het lonen om veel creatiever en systematischer na te denken over het verzamelen van de contactgegevens van al die mensen die je bij je campagne wilt betrekken. Je wilt eigenlijk iedereen die ooit een bijeenkomst bezocht, op je demonstratie kwam, of je online tegenkwam, een hulpvraag kunnen stellen en betrokken houden bij je campagne. Anders zul je elke keer weer heel veel extra moeite moeten stoppen om deze mensen in beweging te krijgen. Verzamel je genoeg contactgegevens dan kun je elke keer groter gaan groeien. En dat kan alleen maar als je mensen per email of telefoon kan bereiken. Daarom wil je telkens weer moeite stoppen om iets te bedenken waardoor mensen hun contactgegevens met je delen. Onderaan deze handleiding vind je een aantal succesvolle manieren om dat te doen.

Contactgegevens bewaren

Als er in je netwerk minder dan duizend mensen zitten, kom je er wel met een excel-sheet op een beveiligde server. Niet super gebruiksvriendelijk, maar goedkoop en werkbaar. Ga bij elkaar zitten en vraag iedereen om in hun telefoon, email en social media lijsten alle contacten over te tikken. Maak een goede opzet van die excel-sheet zodat alle gegevens in de juiste kolom terecht komen. Voeg bij voorkeur ook een korte beschrijving toe zodat ook iemand die deze persoon niet kent, snapt wie dit is en op welke manier deze persoon contact heeft met jouw team zodat je weet wat je van deze persoon kan vragen.

Je wilt meer dan duizend mensen betrekken bij je campagne? Of je hebt een paar honderd mensen in jullie gezamenlijke netwerk, en wil dat laten groeien naar duizenden mensen? Dan wordt het tijd voor de volgende stap.

Zoveel contactgegevens goed, veilig en gebruiksvriendelijk opslaan vraagt om een CRM. Een Customer Relationship Management systeem. Software waarin je contactgegevens kan opslaan en terug kan vinden. Er is een CRM-systeem dat is ontwikkeld door en voor activisten: Action Network - maar er zijn meer CRM-systemen die geschikt zijn.

Protip: zorg voor een goede back-up. Je bent niet de eerste die per ongeluk een kolom of een hele excel-sheet verwijdert.



In Action Network kan je niet alleen contactgegevens opslaan, maar er ook informatie aan toevoegen. Zoals: is deze persoon al geabonneerd op je nieuwsbrief, geeft deze persoon je al een donatie? Ken je deze persoon van een bepaalde actie of bijeenkomst? Kan deze persoon je op een specifieke manier helpen, bijvoorbeeld omdat zij/hij/hen een rijbewijs heeft? Daarnaast kan je vanuit deze database mails sturen. Dit betekent dat je iedereen in een specifieke stad uit kan nodigen voor een lokale bijeenkomst, of je kan iedereen met een rijbewijs vragen om hulp bij het vervoer van je volgende grote actie.

Met een CRM als Action Network ben je daardoor in staat om je netwerk te vergroten en nog meer mensen op verschillende manieren in staat te stellen om betrokken te zijn bij je campagne.

Privacy.

Als het goed is heb je na het lezen van deze tips een knagende vraag in je hoofd. Ja maar... hoe zit dat met privacy? En dat is terecht. Van zoveel mensen contactgegevens verzamelen is cruciaal voor je campagne, maar ook een hele verantwoordelijkheid. Je zult daarom goed moeten nadenken over hoe je die gegevens verzamelt, bewaart, en gebruikt. Goede privacy komt er kortgezegd op neer dat je aan iedereen die een telefoonnummer met je deelt kan beloven dat dit telefoonnummer niet in de verkeerde handen terecht zal komen, alleen maar gebruikt wordt voor het doel waarvoor het je gegeven is, en uit je database gehaald kan worden zodra iemand daar om vraagt. Deze belofte over hoe je met contactgegevens omgaat en waar je ze voor gaat gebruiken wil je delen in een privacyverklaring. Op deze manier kan iedereen die je op contactgegevens vraagt duidelijk lezen onder welke voorwaarden je dat doet. Wel zo netjes, en bovendien voldoe je dan (meestal) aan de privacy wetgeving.

Waarom wil je naast een e-mailadres ook een telefoonnummer?

Omdat mensen een appje sturen of bellen zoveel effectiever is. Mensen worden overspoeld met e-mails. Zo veel dat het gros niet meer gelezen wordt. Wil je echt een reactie van iemand, pak de telefoon en stuur ze een bericht of bel. Wil je heel veel mensen bereiken, verzamel dan een belteam en ga met een groepje bellen.



Hoe vraag ik zoveel mogelijk mensen om een e-mailadres en/of telefoonnummer?

We hebben kort uiteengezet waarom. Hieronder vind je een aantal effectieve manieren die al door veel andere campagnes gebruikt zijn en effectief blijken.

- Voorafgaand aan bijeenkomsten of trainingen. Vraag altijd om contactgegevens via een aanmeldformulier. Verleidt ze daarbij om net iets meer over zichzelf te vertellen, zoals waar ze vandaan komen, en waarom ze komen. Het is waardevolle informatie voor zowel je bijeenkomst, maar ook voor de rest van je campagne. Je kan iedereen een reminder sturen, of een update. Daarnaast kan je vragen aan mensen of ze zich aan willen melden voor de laatste updates over je demonstratie. Bijvoorbeeld over het weer, de route en de sprekers. Super handig voor jou want je kunt een inschatting maken van hoeveel mensen er komen. En je hebt een manier om iedereen te bedanken en betrokken te houden.
- Bij een fysieke bijeenkomst. Zorg voor een welkomsttafel bij de ingang waar je iedereen vraagt zich even in te schrijven. Bijvoorbeeld om achteraf een verslag te krijgen.
- Bij een demonstratie. Stuur een groepje enthousiaste vrijwilligers met een clipboard, pen en inschrijffijst de massa in en vraag iedereen of ze op de hoogte gehouden willen worden voor de vervolgstappen. Spreek mensen actief aan. Hoe concreter je vervolgstap, hoe groter het resultaat.
- Bij een locatiespecifieke actie. Ga langs in de wijk, de werkvloer, op school enz. met een inschrijffijst, en vraag iedereen persoonlijk of ze meer willen weten.
- De nieuwsbrief. Start een nieuwsbrief die regelmatig uit komt en die je in staat stelt om mensen up-to-date te houden en om hulp te vragen. Schrijf deze e-mailnieuwsbrief op een manier die mensen met plezier lezen. Zorg er daarnaast voor dat telkens meer mensen vraagt zich in te schrijven. Wees brutaal en herhaal. Met een makkelijk inschrijfformulier op je website, op je social media kanalen, maar ook met een intekenlijst op je bijeenkomst, demonstratie of op welke plek je ook maar mensen tegenkomt.
- De petitie. Er is geen makkelijkere manier dan een petitie om heel snel de mensen te vinden die het hartgrondig met je eens zijn. Zorg er alleen wel voor dat je ze zodra ze tekenen een mail kan sturen. En dat je ze dan een concrete vraag stelt. Zoals; wil je op de hoogte blijven via onze email nieuwsbrief. (Zie ook onze handleiding over petitie's.)



- E-mail en sms-acties. E-mail en sms-acties zijn een makkelijke manier om je tegenstander te laten zien hoeveel mensen het met je eens zijn en politieke druk op te bouwen. Als je deze actie laat verlopen via een platform als Action Network of New/Mode dan kun je mensen meteen ook vragen of ze hun contactgegevens met je willen delen.
- Signal-groepen. Start Signal-groepen op basis van woonplaats, thema of een andere manier die relevant is voor je groep.
- Een QR-code. Zet een QR-code naar je email, nieuwsbrief of inschrijfformulier, op posters, stickers en ander promotiemateriaal.
- Geef iets weg. Geef een fysiek cadeau, een actiepakket, een handleiding of toegangskaartjes voor je bijeenkomst. Zolang het maar logisch is dat je hiervoor contactgegevens nodig hebt.
- Enquêtes. Maak een enquête, een online poll of iets soortgelijks op je website en vraag een e-mailadres ter verificatie.

Protip: vraag mensen om hun contactgegevens in te tikken op een tablet of laptop, dat scheelt je het ontcijferen van onleesbare handschriften.

Tot slot

Doe niet een van deze dingen. Doe ze allemaal. En nog een keer. Herhaal. Tot je er zelf flauw van wordt. Want dat is het moment dat het echt begint te werken. Je wilt niet weten hoe veel mensen denken; tja, die petitie zou ik eigenlijk even moeten tekenen, maar ik heb nu even wat anders te doen. Waarna ze het vervolgens weer te vergeten. Blijf ze aan jouw campagne herinneren.

Wij zijn Stroomversnellers

Stroomversnellers is een trainerscollectief van ervaren campaigners, organizers, facilitatoren en trainers. We zijn allemaal actief (geweest) bij milieuorganisaties, burgerinitiatieven, vakbonden of anti-racisme initiatieven. Zo hebben we zelf met vallen en opstaan geleerd hoe je een effectieve campagne organiseert, een organisatie opbouwt en sociale verandering tot stand brengt.

We blijven constant bijleren en delen onze kennis en ervaringen graag met anderen. Want de wereld gaat niet vanzelf de goede kant op, integendeel. Alleen met veel en goed voorbereide mensen komt een andere samenleving dichterbij. Daarom ondersteunen wij allerlei groepen die strijden voor sociale en ecologische rechtvaardigheid met advies, strategie/- of brainstormsessies, (actie)trainingen en workshops. Zo kunnen we samen groeien, onze slagkracht vergroten en de wereld verbeteren!

Toolbox voor bewegingen

Deze handleiding is onderdeel van de 'toolbox voor bewegingen'. Deze toolbox bevat nog meer korte digitale handleidingen, met basiskennis over strategie, bewegingsopbouw, actievoeren en organizing. Een goede basis voor de beginnende activist, maar ook verfrissend voor de gevorderde veranderaar.

Wil je 10 weken lang, iedere week een handleiding in je inbox ontvangen? Meld je dan aan voor de toolbox-mailings op stroomversnellers.org/toolbox.

Hier vind je ook alle andere reeds gepubliceerde handleidingen.

Ook wij houden van leren

Dus heb je ideeën om deze handleiding te verbeteren of aan te vullen met jouw ervaringen? Laat het ons weten!

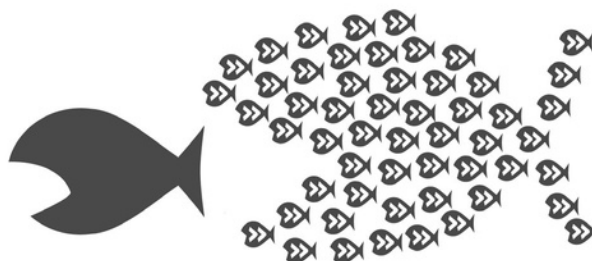


STROOMVERSNELLERS 

www.stroomversnellers.org
info@stroomversnellers.org

IG: @stroomversnellers
FB: TrainerscollectiefStroomversnellers
TW: @stroomversnel

**SAMEN LEREN
DE WERELD TE VERANDEREN**



Deze publicatie kwam tot stand dankzij steun van:

