



COMMUNICATIEPLAN 2023 - 2025

Datum: 28-09-2023

## Inhoud

1. Inleiding .....	3
2. Situatianalyse.....	3
3. Communicatiedoel .....	4
4. Doelgroepen .....	5
5. Strategie .....	6
6. Communicatiemiddelen .....	10
7. Contentkalender .....	15
8. Matrix communicatiemiddelen .....	15
7. Organisatie en samenwerking .....	16
8. Verantwoordelijkheden.....	18
9. Budget & planning.....	19
10. Evaluatie .....	20

## 1. Inleiding

Communicatie is essentieel voor elke sportvereniging en dat geldt zeker voor Volleybalvereniging Sovicos. Onze vereniging groeit en ontwikkelt zich voortdurend en daarbij spelen heldere en effectieve communicatiekanalen een belangrijke rol. Of het nu gaat om het aankondigen van wedstrijden, het werven van nieuwe leden, het informeren van sponsors of het verspreiden van nieuws over onze prestaties, goede communicatie is cruciaal voor het succes en de groei van onze vereniging. Dit communicatieplan is ontwikkeld om onze communicatiestrategie te stroomlijnen, te verbeteren en te versterken, zodat we als vereniging intern en extern duidelijk en eenduidig geprofileerd worden. Het biedt een praktisch handvat voor het opzetten, onderhouden en optimaliseren van de verschillende communicatiekanalen en -middelen. Door middel van dit plan streven we ernaar om de interne en externe communicatie te verbeteren en de betrokkenheid van onze leden, sponsoren en andere stakeholders te vergroten.

## 2. Situatianalyse

Een situatietanalyse is een belangrijk onderdeel van een communicatieplan en helpt om een goed beeld te krijgen van de huidige stand van zaken van de organisatie en de markt waarin zij opereert. Hierbij wordt gekeken naar de sterke en zwakke punten van de organisatie, de kansen en bedreigingen in de markt en de trends en ontwikkelingen die van invloed zijn op de organisatie.

Er zijn verschillende trends en ontwikkelingen op het gebied van communicatie gericht op sportverenigingen, zoals:

1. Toename van online communicatie: Steeds meer sportverenigingen zetten online communicatiekanalen in om in contact te komen met hun doelgroepen. Hierbij kunnen we denken aan social media, websites en nieuwsbrieven.
2. Personalisatie van communicatie: Het is steeds belangrijker om de communicatie te personaliseren, zodat het aansluit bij de behoeften en interesses van de doelgroepen. Dit kan bijvoorbeeld door gerichte nieuwsbrieven te versturen of de content op social media af te stemmen op de interesses van de doelgroepen.
3. Meer aandacht voor visuele content: Visuele content zoals foto's en video's worden steeds belangrijker in de communicatie van sportverenigingen. Dit komt mede door de opkomst van social media platforms zoals Instagram en TikTok.
4. Grotere focus op storytelling: Verhalen vertellen over de vereniging en haar leden wordt steeds belangrijker om betrokkenheid te creëren bij de doelgroepen. Hierbij kan gedacht worden aan persoonlijke verhalen van leden of achtergrondverhalen over evenementen en activiteiten.
5. Toename van de inzet van influencers: Sportverenigingen maken steeds vaker gebruik van influencers om hun doelgroepen te bereiken. Hierbij wordt samengewerkt met influencers die een grote groep volgers hebben en die de doelgroepen van de vereniging aanspreken.

Als volleybalvereniging kunnen wij inspelen op de trends en ontwikkelingen in communicatie. Hieronder volgen een aantal suggesties:

1. Interactieve content: zorg voor interactieve content op de sociale media van Sovicos, zoals polls, quizzen of Q&A-sessies. Dit kan de betrokkenheid van de doelgroep vergroten en ervoor zorgen dat ze zich meer betrokken voelen bij de vereniging.
2. Videocontent: Video's worden steeds belangrijker op social media. Daarom moeten we (meer) gebruik maken van videocontent, bijvoorbeeld door wedstrijden of trainingen te filmen en deze op social media te delen. Dit zorgt voor meer engagement en betrokkenheid van de doelgroepen.
3. Personalisatie: Personalisatie van communicatie wordt steeds belangrijker. Het is belangrijk om onze communicatie zo persoonlijk mogelijk te maken. Dit doen we door volgers en leden aan te spreken met hun naam (in privé berichten en nieuwsbrieven bv.) en gebruik te maken van persoonlijke informatie om de communicatie zo relevant mogelijk te maken, denk hierbij bv. aan verjaardagen.
4. Influencer marketing: We kunnen gebruik maken van influencers om ons bereik te vergroten. Zo kunnen we bijvoorbeeld naar lokale sportinfluencers zoeken die het leuk vinden om onze vereniging te promoten en/of een samenwerking aan te gaan. Bv. Stefan Boermans die nu vaak zijn beachvolleybalchallenges met ons deelt.
5. Samenwerking met lokale partners: Overweeg om samen te werken met lokale sportwinkels of bedrijven om de vereniging te promoten. Dit kan bijvoorbeeld in de vorm van sponsoring of het gezamenlijk organiseren van evenementen. Zorg ervoor dat de partners passen bij de waarden en doelgroep van Sovicos.

### **3. Communicatiedoel**

De doelstelling van ons communicatieplan is om onze interne en externe communicatie te verbeteren en te stroomlijnen, zodat we als vereniging duidelijk en eenduidig geprofileerd worden. We willen onze leden en andere belanghebbenden op een heldere en toegankelijke manier informeren over nieuws, activiteiten en ontwikkelingen binnen de vereniging, en hierbij gebruikmaken van de verschillende communicatiekanalen die voorhanden zijn. Daarnaast willen we de bekendheid van de vereniging vergroten door middel van PR-activiteiten en het actief betrekken van onze leden bij de promotie van de vereniging.

#### **Intern communicatie**

Het communicatieplan heeft als doel om de betrokkenheid van leden en ouders te vergroten door een effectieve en efficiënte informatie-uitwisseling te faciliteren en te zorgen voor een gevoel van gemeenschap en verbondenheid binnen Volleybalvereniging Sovicos. Om deze doelstelling te bereiken, is het belangrijk om een duidelijke en toegankelijke communicatiestructuur te creëren waarin de verschillende communicatiekanalen op elkaar zijn afgestemd en de informatie in een herkenbare huisstijl wordt gepresenteerd. Door deze aanpak kunnen leden en ouders gemakkelijk toegang krijgen tot de benodigde informatie en kunnen ze zich meer betrokken voelen bij de vereniging.

### **Externe communicatie**

Ons extern communicatiedoel is de naamsbekendheid en reputatie van de vereniging te versterken en te verspreiden via diverse mediakanalen, zoals regionale kranten, internet en social media. Het doel is om potentiële nieuwe leden aan te trekken en om sponsors te werven door het benadrukken van de unieke kenmerken van de vereniging en het laten zien van wat de vereniging te bieden heeft. Het promoten van de vereniging en het delen van interessante en relevante content kan bijdragen aan het vergroten van de betrokkenheid van de doelgroep en het creëren van een sterke merkidentiteit. Zo kan Sovicos zich onderscheiden van andere sportverenigingen en een grotere doelgroep aanspreken.

## **4. Doelgroepen**

In het communicatieplan wordt rekening gehouden met de verschillende doelgroepen van volleybalvereniging Sovicos. De vereniging telt bijna 300 leden, waarvan circa 50 jeugdleden. Naast spelende en trainende leden zijn ook ouders en bezoekers betrokken bij de vereniging, maar in verschillende mate. Elke doelgroep heeft behoefte aan specifieke informatie die correct, tijdig en op maat moet worden verstrekt. Dit betreft onder andere informatie over trainingen, wedstrijden, activiteiten, bestuurlijke besluiten en ontwikkelingen binnen de vereniging. De volgende doelgroepen worden onderscheiden:

### **Intern**

#### *Spelende leden*

Alle leden die in de diverse teams competitiewedstrijden spelen: dames, heren en jeugd (A,B,C jeugd en mini's).

#### *Trainende leden*

Alle leden die in de diverse teams meetraineren of in een aparte groep samen trainen maar geen wedstrijden spelen.

#### *Beachleden*

Alle leden die meedoen aan de beachtrainingen; zowel senioren en jeugdleden.

#### *Ouders*

Dit zijn de mensen die hun kinderen hebben aangemeld. Ze rijden en komen kijken bij de trainingen en wedstrijden (of andere activiteiten).

#### *Vrijwilligers*

Alle mensen die samen de club draaiende houden, zoals commissieleden, trainers, coaches, scheidsrechtercoördinator, wedstrijdsecretaris, redactie, ledenadministrateur, activiteitencommissie, inhuurcoördinator, materiaalcommissie, scholentoernooi commissie, etc.

#### *Bestuur*

De vrijwilligers die de eindverantwoordelijkheid dragen en het beleid van de vereniging uitzetten.

## **Extern**

### *Sponsors*

Dit zijn de partners van Sovicos die de vereniging financiële ondersteuning geven in ruil voor naamsbekendheid.

### *Donateurs*

Leden, oud-leden of externen die hebben aangegeven de vereniging in financiële zin te willen ondersteunen.

### *Nevobo*

De bond die de volleybalcompetitie organiseert en Sovicos de mogelijkheid biedt om daaraan deel te nemen.

### *Regionale pers*

De regionale kranten die persberichten en artikelen over Sovicos plaatsen.

### *Gemeente*

Gemeente Den Haag stimuleert de sport in de stad d.m.v. financiële steun bij georganiseerde evenementen en het leveren en verhuren van sporthallen, beachvelden, etc.

### *Overige externe contacten*

Partners die op andere manieren verbonden zijn aan Sovicos (oud- leden, ereleden, leden van verdienste). Maar bijvoorbeeld ook HKV/Ons Eibernest waar we de sporthal aan de Steenwijklaan van huren of Loft catering die de kantine in Sportcentrum Zuiderpark beheert.

Het is van belang de verschillende doelgroepen in gedachte te houden bij alle communicatie.

## **5. Strategie**

In het strategiedeelte van dit communicatieplan wordt beschreven hoe volleybalvereniging Sovicos haar doelstellingen op het gebied van interne en externe communicatie wil bereiken. Er wordt ingegaan op de te volgen communicatiestrategie, de gekozen communicatiemiddelen en de benodigde middelen en budget. Door een heldere strategie te formuleren en deze consequent toe te passen, kan de vereniging haar communicatiedoelen efficiënt en effectief realiseren en haar gewenste imago opbouwen en behouden.

Ook is het belangrijk dat alle doelgroepen goed, eerlijk, tijdig en volledig worden geïnformeerd over wat er binnen Sovicos speelt. Dit omvat niet alleen informatie over activiteiten en bestuurlijke besluiten, maar ook over ontwikkelingen binnen de vereniging en wat er van leden, ouders en bezoekers wordt verwacht. Om de herkenbaarheid en

effectiviteit van de communicatie te vergroten, is het van belang dat er eenheid is in alle communicatie-uitingen. Voorbeelden hiervan zijn de website, social media, nieuwsbrief, mails, drukwerk (zoals posters en flyers), narrowcasting, materiaal en kleding.

### **Contentstrategie**

De contentstrategie van Sovicos is erop gericht om de betrokkenheid en interesse van de verschillende doelgroepen te vergroten en te behouden. Om dit te bereiken zal er worden ingezet op relevante, interessante en gevarieerde content. De tone-of-voice zal positief, enthousiast en persoonlijk zijn en passen bij de identiteit van Sovicos als laagdrempelige, gezellige en ambitieuze volleybalvereniging.

Er zal gebruik worden gemaakt van verschillende soorten content, zoals nieuwsberichten, achtergrondverhalen, interviews, foto's en video's. Hierbij wordt gestreefd naar een goede mix van informatieve en amuserende content. De onderwerpen zullen aansluiten bij de interesses en behoeften van de verschillende doelgroepen.

De frequentie van de content zal afgestemd worden op de behoeften van de doelgroepen en de beschikbare tijd en middelen. Er zal gestreefd worden naar regelmatige en consistente communicatie, waarbij het belangrijk is om niet te overspoelen met informatie en tegelijkertijd ook niet te weinig te delen.

Qua beeldtaal zal er worden gekozen voor heldere en professionele foto's en video's die de sfeer van de vereniging goed weergeven. Er zal gelet worden op eenheid in de beeldtaal, zodat er een herkenbaar en consistent beeld ontstaat van Sovicos in de communicatie-uitingen.

Tot slot zal er worden ingezet op interactie met de verschillende doelgroepen. Dit kan bijvoorbeeld door het stellen van vragen, het vragen om feedback, het delen van polls of het organiseren van winacties. Hierdoor ontstaat er een dialoog tussen Sovicos en de doelgroepen, wat bijdraagt aan de betrokkenheid en het communitygevoel van de vereniging.

### **Huisstijl**

Voor veel van onze communicatie-uitingen moet er een vaste huisstijl komen. De huisstijl is een onderdeel van het communicatieplan en wordt ter goedkeuring voorgelegd aan het bestuur. De communicatie-uitingen die een vaste huisstijl moeten krijgen zijn o.a.:

- Website
- Nieuwsbrief
- Social media
- Mails (mailetiquette)
- Narrowcasting
- Artikelen (hoe te schrijven)
- Drukwerk (flyers/posters)
- Powerpoint presentaties

- Activiteitenkalender
- Kleding
- Materiaal

Als uitgangspunt van de huisstijl gaan we uit van de stijl van de huidige website, het huidige logo en het gebruik van dezelfde kleuren zoals in ons logo.

### Actiepunten

Er moeten templates voor de huisstijl worden ontworpen om eenheid in de communicatie te creëren, zodat Sovicos een herkenbaar karakter heeft on- en offline.

- Lay-out in dezelfde stijl als de huisstijl
- Templates maken voor brieven, e-mails, social posts, website artikelen, presentaties

### Omschrijving Huisstijl

De huisstijl van Sovicos kan beschreven worden als eenvoudig, rustig en goed leesbaar, met een duidelijke indeling van informatie om de leesbaarheid te vergroten. Hierbij moet rekening worden gehouden dat niet alle informatie volledig gelezen zal worden. Om de rust te behouden en de eenheid te waarborgen, dient de achtergrond van alle communicatie-uitingen altijd een lichte kleur te hebben, zoals wit of lichtgrijs.

### Logo

Het logo van Sovicos wordt normaal gesproken geplaatst in de originele kleuren op een witte achtergrond. In sommige gevallen kan het logo worden aangepast naar een wit-oranje kleurstelling wanneer de achtergrond donker of zwart is of een zwart-witte kleurstelling wanneer de achtergrond oranje is. Het is niet toegestaan het logo in andere kleurstellingen te gebruiken zonder uitdrukkelijke toestemming van de Redactie. Voor een aanvraag kan contact worden opgenomen met de secretaris via [secretaris@sovicos.nl](mailto:secretaris@sovicos.nl).



### Formaat logo

Het logo is er in 2 verschillende formaten: met lange banen en korte banen. Het gebruik ervan hangt af van de locatie en hoeveel ruimte je daar hebt. Standaard wordt het logo met lange banen gebruikt.



## Kleuren

In onze communicatie-uitingen maken we gebruik van de volgende kleuren:

Wit (#FFFFFF)

Gebroken wit (#FFFFFFA)

Lichtgrijs (#EDED)

Oranje (#EE7601)

Zwart (#000000)



## Lettertypes

Voor onze verschillende kanalen gebruiken we ook verschillende lettertypes. Op Social media staat het lettertype en de grootte ervan vast. Telefoongebruikers kunnen dit zelf instellen op hun telefoon. Maar op onze website, visuals, drukwerk en in onze e-mails hebben we gekozen voor de volgende lettertypes:

### Website

Op onze website gebruiken we twee lettertypes:

- Kopstekst: Asap Bold, 18
- Bodytekst: Droid Sans, 14

### Visuals\*

In onze visuals gebruiken we de volgende lettertypes:

- Kopstekst: Open Sans Extra Bold of Asap SemiBold of Knewave of Anton
- Bodytekst: DM Sans of Droid Arabic Kufi of Montserrat Classic of Asap

### Drukwerk\*

Op posters en flyers (en ander drukwerk) maken we gebruik van de volgende lettertypes:

- Kopstekst: Open Sans Extra Bold of Asap SemiBold of Knewave
- Bodytekst: DM Sans of Droid Arabic Kufi of Montserrat Classic

\* Bij het maken van een visual, poster of flyer wordt maximaal 1 lettertype voor de kopstekst en maximaal 1 lettertype voor de bodytekst gebruikt. De combi Open Sans Extra Bold en DM Sans worden het meest gebruikt.

### E-mails\*, brieven, presentaties en documenten

In onze e-mails, brieven en documenten gebruiken we de volgende lettertypes:

- Kopstekst: Calibri Bold, 12 of 14
- Bodytekst: Calibri Light, 12

\* In onze e-mails is het ook van belang dat er een eenzijdige handtekening wordt gebruikt. [Klik hier hoe je deze kunt instellen.](#)

### Nieuwsbrieven

In onze online Nieuwsbrieven maken we gebruik van de volgende lettertypes:

- Koptekst: Helvetica Bold, 18
- Bodytekst: Helvetica, 14

## 6. Communicatiemiddelen

### Website

De website is het belangrijkste communicatiekanaal van Sovicos. Hier vinden de doelgroepen alle informatie over de vereniging, zoals het laatste nieuws, activiteiten, wedstrijdschema's en uitslagen. De website wordt frequent bijgewerkt om de informatie actueel te houden en wordt ook gebruikt om nieuwe leden te werven. De website heeft een responsive design, zodat deze goed te bekijken is op verschillende apparaten.

Wanneer iemand een tekst op de website wil plaatsen kan de tekst (inclusief kwalitatief goede foto) gestuurd worden naar [redactie@sovicos.nl](mailto:redactie@sovicos.nl). De redactie gaat dan aan de slag om de tekst SEO-vriendelijk te maken en zal deze inplannen op een nog vrij moment. De redactie houdt te allen tijde het overzicht m.b.t. de contentkalender zodat er niet meerdere berichten per dag gepubliceerd worden.

#### *Digitaal inschrijvingsformulier*

Op [sovicos.nl/inschrijven](http://sovicos.nl/inschrijven) is het digitaal inschrijvingsformulier beschikbaar. Met dit online formulier kunnen nieuwe leden al hun gegevens invullen waarna zij vervolgens deze gegevens in PDF en Sovicos-design ontvangen in hun mailbox. Dit formulier dient tot op heden nog geprint en ondertekend te worden. De Redactie gaat samen met de penningmeester en ledenadministratie op zoek naar een juridisch bindende manier om digitaal handtekeningen te ontvangen om het proces van aanmelden te versnellen.

### Social Media

Sovicos maakt gebruik van verschillende social media kanalen om haar doelgroepen te bereiken. Dit zijn Facebook, Instagram en LinkedIn. De social media kanalen worden ingezet om te communiceren over activiteiten, evenementen, wedstrijden en ander nieuws. Ook worden hier foto's en video's geplaatst om de betrokkenheid van de doelgroepen te vergroten. De social media kanalen worden frequent bijgewerkt.

#### *Facebook*

Facebook is nog altijd een veelgebruikt communicatiemiddel voor volleybalverenigingen om in contact te komen en te blijven met hun doelgroepen. Het biedt de mogelijkheid om informatie te delen over trainingen, wedstrijden en andere activiteiten, en om te communiceren met leden en fans. Door het hebben van een externe pagina en interne ledenpagina, kunnen we snel en eenvoudig informatie delen met onze doelgroepen en tegelijkertijd een community creëren voor onze leden. De Facebook pagina's zijn een

aanvulling op de website, vooral op direct interactief vlak en wordt voornamelijk ingezet om blogs die op de website zijn gepubliceerd te delen.

Op de Facebook pagina kan staan:

- Contactgegevens (externe pagina)
- Informatie over Sovicos (externe pagina)
- Nieuws over kampioenschappen, toernooien, jubilea, acties (interne & externe pagina)
- Foto's (interne & externe pagina)
- Aankondingen van toernooien, belangrijke wedstrijden, vergaderingen e.d. (interne pagina).
- Aankondingen van feesten (interne & externe pagina).
- Werving van vrijwilligers voor diverse activiteiten (interne & externe pagina).

### *Instagram*

Instagram is een social media platform waarbij visuele content centraal staat. Dit maakt Instagram een uitstekend kanaal voor volleybalvereniging Sovicos om de beleving en sfeer binnen de vereniging te delen met haar volgers. Op Instagram kunnen foto's en korte video's geplaatst worden met daarbij passende teksten en hashtags. Sovicos kan Instagram inzetten om zowel haar huidige leden als potentiële nieuwe leden te bereiken en te betrekken bij de activiteiten en ontwikkelingen binnen de vereniging.

Veel van onze leden zijn aanwezig op Instagram, maar via goed gebruik van hashtags bereiken we hier ook veel niet-leden en wellicht toekomstige leden. We proberen beide groepen te bereiken middels foto's / video's in onze feed en Stories.

Op Instagram zullen we focussen op het volgende:

- Algemene informatie over Sovicos
- Algemene informatie over volleybal (mensen die nog nooit hebben gevolleybald moeten zich ook welkom voelen)
- Foto's van trainingen, wedstrijden en andere activiteiten
- Nieuws en actualiteiten die betrekking hebben op Sovicos of volleybal
- Activiteiten georganiseerd door de AC
- Berichten vanuit het bestuur of andere commissies
- Video's van trainingen, wedstrijden en andere activiteiten
- In de spotlight (Instagram is een mooi medium om onze vrijwilligers een extra spotlight te geven).
- Stories kunnen we inzetten voor eventuele enquêtes middels polls, q&a's etc.

### **Gebruik hashtags**

Hashtags zijn woorden of zinnen die beginnen met het # symbool en worden gebruikt om de inhoud van een post op Instagram te categoriseren en te organiseren. Door hashtags te gebruiken, kunnen gebruikers de relevantie van hun inhoud voor specifieke onderwerpen vergroten en kunnen andere gebruikers eenvoudiger zoeken naar en betrokken raken bij die

inhoud. Het gebruik van relevante en populaire hashtags kan het bereik van de post vergroten en nieuwe volgers en likes aantrekken. Bovendien kan een volleybalvereniging hashtags gebruiken om specifieke evenementen, teams of campagnes te promoten en op te volgen.

Wij maken gebruik van een aantal door onszelf bedachte hashtags waarop we als volleybalvereniging te vinden zijn op Instagram:

#WijzijnSovicos  
#SovicosVolleybal  
#SovicosSquad  
#VolleybalVrijdag  
#Sovicommunity

En de verschillende rubrieken als hashtags:

#RisingStars  
#SoviChronicles  
#SpikeYourInterest  
#CourtConfessions  
#BeyondtheCourt  
#BlockParty  
#SoviScores

Verder zullen algemene hashtags worden ingezet zoals:

#volleybal #volleyball #volleybalteam #volleybaltraining #volleybalfun #volleyballove  
#volleybalgame #volleyballlife #volleyballplayer #beachvolleybal #beachvolleyball  
#teamsport #sporteninDenHaag #volleybalteam #beachvolley #beachvolleyballlife  
#beachvolleyballplayer #beachvolleybalteam #beachvolleybaltraining #beachvolleyballove  
#beachvolleybalfun #haagsevolleybalvereniging #denhaagvolleybal #haagsesportvereniging  
#denhaagsport #denhaagbeach #denhaagbeachvolleybal

### **E-mail, documenten, presentaties en brieven**

Intern het meest gebruikte communicatiemiddel is de e-mail. Vooral tussen leden van commissies en binnen het bestuur wordt er druk gemaïld, maar ook naar leden toe is e-mail een veelgebruikt en makkelijk middel om informatie te versturen. Op de Nieuwsbrief na, is ervoor gekozen om zowel e-mails, documenten, brieven en presentaties in dezelfde huisstijl te maken en/of te versturen. Zo creëren we eenheid en herkenbaarheid in onze interne en externe communicatie.

Ook zal het logo hierin zichtbaar zijn; in e-mails onderaan in de handtekening, in documenten en brieven bovenin in de koptekst, in presentaties rechts onderaan.

[Klik hier voor de formats voor e-mails](#)

Klik hier voor de formats voor documenten, brieven en presentaties (nog niet beschikbaar)

## Nieuwsbrief

Sovicos verstuurt zes wekelijks een nieuwsbrief naar haar leden. Hierin worden de belangrijkste ontwikkelingen en activiteiten van de vereniging gecommuniceerd. Ook worden er interviews met spelers en trainers geplaatst om de betrokkenheid van de doelgroepen te vergroten en altijd een bericht van het bestuur/voorzitter.

Alle leden zijn automatisch aangemeld voor de nieuwsbrief. Nieuwe leden worden ook automatisch aangemeld en wie de nieuwsbrief niet meer wil ontvangen kan zichzelf uitschrijven. Eens per seizoen wordt de lijst met ontvangers ook opgeschoond zodat niet-leden geen nieuwsbrief meer ontvangen.

De inhoud van de nieuwsbrief kan bestaan uit een aantal vaste rubrieken, denk aan:

- Bericht van de voorzitter/het bestuur
- Nieuws / blogs (met een link naar website)
- Wedstrijdinformatie (met een link naar website)
- Interviews
- Nieuwe leden/afschied leden
- Vrijwilligers
- Activiteiten
- Agenda
- Contactgegevens
- Sponsoren

De input komt van verschillende partijen binnen Sovicos. Vanuit het bestuur, commissies, teams, (individuele) leden etc. Input voor de nieuwsbrief kan worden toegestuurd naar [redactie@sovicos.nl](mailto:redactie@sovicos.nl).

[Klik hier voor een format voor de Nieuwsbrief.](#)

NIEUW! Verjaardag e-mails. Hoe leuk is het om op je verjaardag een persoonlijke mail te ontvangen van Sovicos waarin je wordt gefeliciteerd met je verjaardag? Superleuk natuurlijk. En als kers op de taart zit er ook nog een klein cadeautje in. Namelijk een kortingscode bij een Haagse winkel. Deze mails worden automatisch verstuurd op basis van de verjaardagen vanuit Laposta. Dit wordt 1 keer per seizoen ingesteld.

## Fotografie

Teamfoto's en actiefoto's worden doorgaans gemaakt door Matthijs en Milene. Beiden zijn in het bezit van een fotocamera waarmee foto's in RAW geschoten kunnen worden. Door de foto's in RAW te schieten, kunnen de foto's goed bewerkt worden.

Voordat de foto's geplaatst worden, worden de foto's voorzien van het Sovicos-filter welke met Adobe Photoshop aan de foto kan worden toegevoegd. Dit filter is ontwikkeld door Milene van Arendonk. Wanneer je een foto in RAW hebt geschoten, kan je deze via Wettransfer sturen naar [redactie4@sovicos.nl](mailto:redactie4@sovicos.nl). Milene zal je foto dan voorzien van een Sovicos-filter!

I.v.m. de AVG wet zullen uitsluitend foto's op onze website, social media en drukwerk worden geplaatst waarvoor leden toestemming hebben gegeven. Staat er iemand op een foto die geen toestemming heeft gegeven kan voor plaatsing expliciet toestemming gevraagd worden om deze specifieke foto wel te plaatsen.

### **Persberichten**

Sovicos stuurt persberichten naar lokale media om de aandacht te vestigen op belangrijke evenementen en mijlpalen binnen de vereniging. We sturen persberichten o.a. naar aanleiding van:

- Jubileum
- Kampioenschappen van teams
- Toernooien

### **Vergaderingen**

Diverse vergaderingen binnen Sovicos geven veel informatie over bestuurlijke zaken en beslissingen (beleid, financiën en sponsoring), technische zaken (teamindeling, wedstrijden en materiaal), jeugdzaken (wedstrijden, teams en vervoer).

Sommige vergaderingen (Algemene Ledenvergadering) zijn toegankelijk voor leden en ouders van leden, andere vergaderingen zijn 'besloten'. Ondanks deze beslotenheid, is veel informatie relevant of interessant voor de diverse doelgroepen.

### **Posters/flyers/Narrowcasting**

Sovicos maakt regelmatig gebruik van flyers en posters om de doelgroepen te informeren over evenementen, toernooien en andere activiteiten. Deze worden verspreid op de locatie van Sovicos.

Een poster en bericht op de narrowcasting kan gebruikt worden in en rondom de kantine om bijvoorbeeld een evenement aan te kondigen. De posters kunnen beneden in de gang, op de tribune of in de kantine op het grote prikbord worden gehangen. De narrowcasting wordt op het televisiescherm in de kantine gedraaid.

Ook wordt er gekeken naar de mogelijkheid van het ophangen van posters bij externe partijen, zoals buurthuizen, cafés en de Haagse Hogeschool.

[Klik hier voor formats voor posters en flyers](#)

[Klik hier voor formats voor visuals](#)

## 7. Contentkalender

Een contentkalender is een planningstool die gebruikt wordt om de inhoud en timing van communicatie te organiseren en te beheren. Het is een belangrijk onderdeel van een effectieve strategie omdat het helpt om consistentie te behouden en een duidelijke boodschap te communiceren.

Het belang van een contentkalender kan niet genoeg benadrukt worden. Het stelt ons in staat om vooruit te plannen en te zorgen dat de inhoud relevant is voor onze doelgroep en de juiste boodschap uitdraagt. Het biedt ook inzicht in de prestaties van onze content, omdat we de resultaten kunnen analyseren en zo nodig bijsturen. Het zorgt voor een efficiënte tijdsbesteding, omdat we niet elke keer opnieuw hoeven na te denken over wat we gaan posten en wanneer.

De secretaris voegt belangrijke data vanuit het bestuur toe aan de contentkalender. De kalender staat in Sharepoint zodat alle redactieleden en bestuursleden – wanneer daar vraag naar is - erbij kunnen.

Hieronder een voorbeeld van onze contentkalender:

Datum	Rubriek	Categorie	Type content	Doelgroep	Welk medium?					Onderwerp	Redacteur	Verantwoordelijk
Weeknr. 30	24/07 - 30/07				WS	FB	IG	LI	YT			
ma												
di												
wo												
do												
vr												
za	Beyond the Court	Beachvolleybal	Blog / Artikel / Verslag	Leden	x	x		x		Iets met zomer beachvolleybal	BC	Milene
zo												
Weeknr. 31	31/07 - 06/08				WS	FB	IG	LI	YT			
ma												
di	Rising Stars	Jeugd	Social Media	Leden		x	x			Talent van de maand augustus	JeugdTC	Milene
wo												
do												
vr												
za												
zo												
Weeknr. 32	07/08 - 13/08				WS	FB	IG	LI	YT			
ma												
di	SoviChronicles	Beachvolleybal	Blog / Artikel / Verslag	Leden	x	x		x		Hoe was het buiten beachvolleybal se BC		Milene
wo												

## 8. Matrix communicatiemiddelen

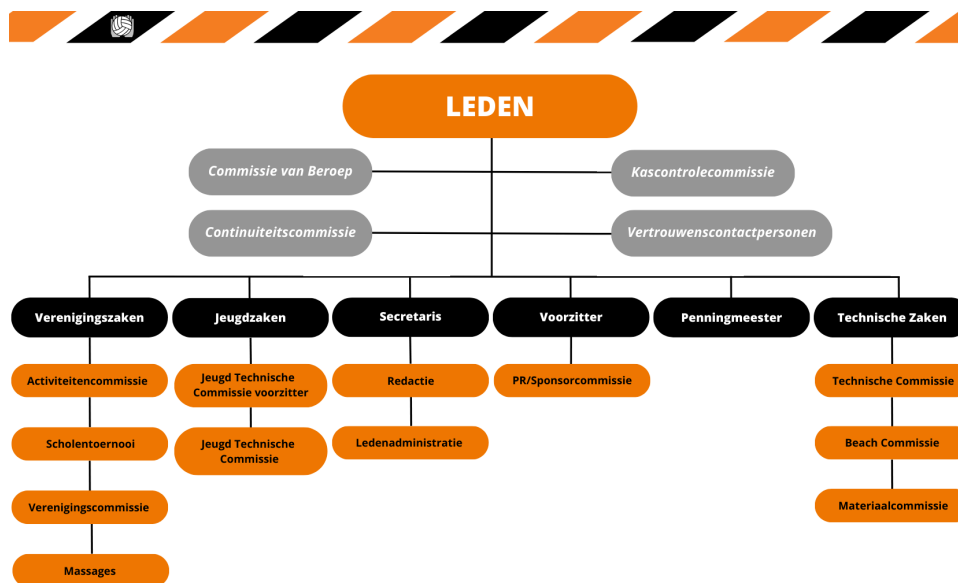
Onderstaande matrix geeft aan met welke communicatiemiddelen Sovicos de doelgroepen kan en/of wil bereiken.

Communicatiemiddelen	Doelgroepen											
	Spelende leden	Trainende leden	Beachleden	Ouders	Jeugd	Vrijwilligers	Bestuur	Sponsors	Donateurs	Nevobo	Regionale pers	Gemeente
Ledenvergadering	x	x	x	x		x	x					
Bestuursvergadering							x					
Website	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Social Media	x	x	x	x	x	x	x	x	x			
Nieuwsbrief	x	x	x	x	x	x	x	x	x			
Poster	x	x	x	x	x	x	x	x	x			
Flyer	x	x	x	x	x	x	x	x	x			
Nieuwe leden informatie							x					
E-mail	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Prikborden	x	x	x	x	x	x	x					
Narrowcasting	x	x	x	x	x	x	x	x	x			
Sociale activiteiten	x	x	x	x	x	x	x		x			
Scholen Volleybal league	x				x	x	x	x			x	x

## 7. Organisatie en samenwerking

Hieronder een organogram van onze vrijwilligers kader & commissies:





Bestuur	Ondersteunend Kader
Voorzitter: <b>VACATURE</b>	Ledenadministratie: Robert
Secretaris: Matthijs	Minicoördinator: <b>VACATURE</b>
Penningmeester: <b>VACATURE</b>	Vertrouwenspersonen: Brenda & Vincent S.
TC voorzitter: Vincent L.	
Jeugdzaken: Lieke	
Verenigingszaken: Milene	

Commissies
Technische commissie (TC): Jesper, Lindy, Vincent L. en Vincent S.
Jeugdcommissie/JeugdTC: Natasja, Firoz en Lotte
Beachcommissie: Floris, Gert en Karen
Materiaalcommissie: Firoz en Janneke
Coördinatie Scholentoernooi: Rachel en <b>VACATURE</b>
Activiteitencommissie: Anouk M, Ilse, Merel en Sierd
Verenigingscommissie: Janneke, Martijn, Maura en Paulien
Massageavonden: Léonie en Rob
Redactie: Matthijs, Milene, Rianne en <b>VACATURE</b>
Nieuwsbrief: Matthijs
PR/Sponsorcommissie: Matthijs en <b>VACATURE</b>
Commissie van beroep: Leandra en Theo
Kascontrolecommissie: Floris en Vincent Sikkes
Continuïteitscommissie: Anne en Vincent Sikkes

## 8. Verantwoordelijkheden

De eindverantwoordelijkheid ligt bij het Bestuur. Zij stelt het communicatieplan vast en ziet toe op de uitvoering. Alle vrijwilligers zijn verantwoordelijk voor de uitvoering van het communicatieplan.

De leden en ouders zijn medeverantwoordelijk voor de juiste informatie-uitwisseling. Van hen verwachten we dat ze relevante informatie tot zich nemen dan wel doorgeven aan de juiste personen.

Door het aanstellen van een redactie binnen Sovicos, kunnen communicatieactiviteiten worden gecoördineerd. Binnen deze commissie zit ook een afgevaardigde van het Bestuur, de secretaris.

De taken van deze commissie zijn onder de individuele commissieleden verdeeld. De commissie moet voorzien worden van relevante informatie:

- Vanuit het Bestuur
- Vanuit andere commissies
- Naar eigen inzicht

### Communicatieplanning

Voor de communicatieplanning maken we onderscheid tussen enerzijds de communicatie die vanuit de redactie wordt uitgevoerd en anderzijds communicatieactiviteiten die opgepakt moeten worden door de verschillende doelgroepen binnen Sovicos.

In onderstaande tabel is weergegeven welke taken en verantwoordelijkheden binnen de redactie zijn verdeeld.

Activiteit	Matthijs	Milene	Rianne	Vacature	Secretaris
Website	X	X	X		
Content		X		X	
Facebook		X			
Instagram		X			
Huisstijl	X	X	X		

E-mail nieuwsbrief (+ vertaling)	X		X		
Posters	X	X			
Flyers	X	X			
Narrowcasting	X				
English content creator		X	X		
Nieuwsberichten verzamelen bij teams		X			
Contact bestuur					X

## 9. Budget & planning

Een communicatiebudget kan worden gebruikt voor verschillende doeleinden om de communicatiestrategie van een organisatie te ondersteunen en te versterken. Enkele voorbeelden zijn:

1. Creatie en productie van content: het budget kan worden gebruikt om hoogwaardige content te creëren en te produceren, zoals het maken van video's.
2. Creatie van templates: het budget kan worden gebruikt om kwalitatief en hoogwaardige templates te creëren voor online gebruik.
3. Adverteren: het budget kan worden gebruikt om advertenties te plaatsen op sociale media, zoekmachines of andere online platforms om meer exposure en verkeer naar de website te genereren.
4. Evenementen: het budget kan worden gebruikt voor promotie omtrent evenementen en/of activiteiten.
5. Public relations: het budget kan worden gebruikt om de betrekkingen met de media te onderhouden en persberichten te verspreiden om de bekendheid van de organisatie te vergroten.
6. Technologie en tools: het budget kan worden gebruikt om te investeren in tools en technologieën die de communicatie-inspanningen van de organisatie ondersteunen, zoals marketing automation software of social media management tools.
7. Producten: het budget kan worden gebruikt om te investeren in bepaalde on- en offline producten die Sovicos promoten zoals vlaggen, banners, t-shirts, stickers, GIFjes etc.

Het communicatiebudget wordt jaarlijks vastgesteld tijdens de Algemene Ledenvergadering op voorstel van het Bestuur.

## **10.Evaluatie**

De redactie evalueert 1x per seizoen of het communicatieplan om bijstelling vraagt en/of de doelstellingen zijn gehaald. Waar nodig wordt dit aangepast en voorgelegd aan het bestuur.