

Checklist 1

Organiseren van aanbod, waarom doen we *dit*?

Heb je al gedacht aan....

- Welke omgeving/wijk?
- Hoeveel mensen wonen er?
- Hoeveel % zijn ouderen?
- Wat weet ik over afkomst, opleidingsniveau, etc.

Doelen:

- We willen (*aantal*) mensen bereiken.
- Deze mensen gaan doen en meemaken.
- Wij zijn succesvol als
- Waarin zit bij de doelgroep de motivatie en plezier?

Uit onderzoek blijkt dat voor ouderen met een lage sociaal economische status (SES), een klein sociaal netwerk, en/of een niet-westerse achtergrond, extra inspanningen geleverd moet worden. Dat betekent, je nog beter verplaatsen in specifieke vraag en situatie.



Checklist 2

Wat is onze verwachting in het bereiken van de doelgroep?

- Het thema waar binnen we het aanbod aanbieden is: ...
Bijvoorbeeld gezelligheid/ leren/zelfstandig blijven/ ...

- Bij dit thema denkt men aan
Bijvoorbeeld bij het thema gezelligheid denkt de doelgroep aan koffie, kletsen, visite en muziek

- Op dit moment doet de doelgroep
(huidige gedrag in relatie tot het thema)

- Na onze activiteit gaat de doelgroep doen.
Bijvoorbeeld, thuis twee keer balans oefening uitvoeren (omschrijf het doelgedrag wat het aanbod teweegbrengt)

- Is bovenstaande realistisch?

Uiteraard is het waardevol om bij het doorlopen van al deze checklists de doelgroep te betrekken.



Checklist 3

Wat weten we en wat veronderstellen we?

- Kijkend naar checklist 1 en checklist 2. De gegeven antwoorden, weten we dit of denken we dit?

- Dit weten we, omdat we het tijdens hebben meegemaakt.

- Dit denken we te weten, op basis van

- (Noteer welke persoon) zal deze veronderstellingen nagaan door
(Bijvoorbeeld een aantal mensen te bellen en de vraag voorleggen)

Doel behaald?

Het doel van het aanbod is helder. Het aanbod sluit aan op het doel. Het aanbod sluit aan op de behoeften van de doelgroep.



Checklist 4

“Op welke manier kom ik achter het bestaan van dit aanbod?”

Gebruik het perspectief van de doelgroep

- Ik heb (*aantal*) potentiële deelnemers gevraagd waarom dit aanbod voor zichzelf de moeite waard is. De woorden die zij in hun antwoorden gebruiken zijn:

- Bij welke behoeften van de doelgroep sluit het aanbod aan?
Denk hierbij aan:
 - *Behoeftte aan sociaal contact*
 - *Een bijdrage leveren, van betekenis zijn voor de samenleving*
 - *Ondersteuning in eigen vraag helder te krijgen*

Doel behaald?

De manier van communiceren over het aanbod sluit aan bij de behoeften van jouw doelgroep. Je boodschap past bij het gekozen kanaal, komt bij de juiste persoon terecht en is voor hem of haar aantrekkelijk en interessant.



Checklist 5

Hoe communiceren we over aanbod?

Voorkeur van doelgroep:

- De uitstraling van de activiteit, het taalgebruik, het type afbeeldingen en kleuren die de potentiële deelnemers aanspreekt zijn:

- Het type argumenten waar potentiële deelnemers ontvankelijk voor zijn:

Contact met doelgroep:

- De locaties waar potentiële deelnemers kennis kunnen nemen van dit aanbod is:
(Maak een lijst van locaties. Zoals de kapper; supermarkt; bibliotheek; etc.)

- Personen die kunnen vertellen over het aanbod zijn:
(Maak een lijst van sleutelfiguren en contactpersonen die toegang hebben tot de doelgroep)

Een check:

- De boodschap over het aanbod is:
 - positief geformuleerd
 - duidelijk over de bedoeling
 - persoonlijk

79 % van de ouderen is actief op sociale media. Onderzoek CBS: in 2019 65-75: 76% actief en 75+ is 40% actief. Vooral tekstberichten.



Checklist 6

Tijdens de activiteit, let goed op wat er gebeurt.

- Wat is voor een goede evaluatie belangrijk om op te letten?
- Wie zijn er uiteindelijk op de activiteit afgekomen?
- Hoe is de sfeer?
- Wordt de activiteit uitgevoerd zoals beoogd?

Doel behaald?

De oudere besluit gebruik te maken van het aanbod. En de oudere neemt deel aan de activiteit. Daarmee werkt deze persoon aan het (gedragsdoel) dat in de eerste fase is geformuleerd.



Checklist 7

Kijk met collega's en deelnemers naar de vooraf opgestelde doelen, checklist 1 en 2. *Wat hebben we geleerd?*

- Wat is bereikt en wat ga je in het vervolg hetzelfde aanpakken?
- Wat heb je niet bereikt, of welk doel is bijgestuurd?
- Wat ga je in het vervolg anders aanpakken?

Doel behaald?

Evalueren, met inbreng van de doelgroep leren van dit proces. Zo word je als team nog beter in het bereiken van een specifieke doelgroep!

