

## UITKOMSTEN WORKSHOP PARTINDAG

Vraag: Wat moet de website kleinegoededoelen.nl laten zien van elk Particulier Initiatief? Welke functies zijn volgens u erg belangrijk?

### *Groep 1*

- Wat gaat het doel zijn?  
Mede afhankelijk daarvan wordt het marketingplan opgesteld
- Vanwege tijd / energie doorlinken naar Partinsite en / of deelnemende organisaties
  - Sector
  - Land
  - Oogmerk activiteit
  - Omschrijving
  - Begroting
- Heel veel vragen

### *Groep 2*

- Thema's op de homepage - verschillende voorbeelden
- Wat is het effect (daar)?
- Hoe is het gerealiseerd (hier)?
  - Gedrevenheid
- Uitgaan van eigen kracht  
(dus je niet afzetten tegen X, maar tonen wat je zelf hebt bereikt)
- Media exposure
- Interesse triggeren
  - Doorlinken voor verdieping van kennis elders
- Na bezoek een positief gevoel gecreëerd hebben
- Foto- en filmmateriaal
- Vanaf het begin ook de bloopers er op
- Bezoekers mogelijkheid geven om te beoordelen (likes, o.i.d.) en commentaar te leveren
- Beeldende verhalen

Vraag: Hoe kan er free publicity gegeven worden aan kleinegoededoelen

### *Groep 3*

- Link op de website van je eigen PI
- Weekkranten
- Kerkblad, sportclubblad, eigen netwerk
- serviceclubs
- search engine optimization (woorden klein, goed doel)

- [www.wetenschapswinkel.wur.nl](http://www.wetenschapswinkel.wur.nl) - rapport over gebruik sociale media en weekkranten  
Of laat gratis studenten van de WUR uitzoeken welke free publicity het meest effectief is, tweemaands onderzoek in het kader van het vak ACT
- Gebruik LinkedIn en andere social media
- Seeding actions met Facebook
- Bekende Nederlanders die gratis voor Partin optreden of Youtube video's maken
- Linken met gemeentelijke site
- Organiseren van lokale markten om je PI's bekend te maken
- Vakbladen
- Contacten met middelbaar en hoger onderwijs
- Benader bedrijven in het kader van maatschappelijk verantwoord ondernemen -> plaatsen van een Partin en / of KGD banner
- Het onderscheidend vermogen van wat er is

#### *Groep 4*

- Hoog in Google zoekmachine
- Social Media
  - LinkedIn
  - Facebook
  - Twitter
- Gezamenlijk adverteren
- Kruisbestuiving
  - PI's vs. Partin / KGD websites
  - PI's vs. Bedrijven / organisaties met compatibele doelen  
bijv. reisorganisaties
- De Wereld draait door / Pauw en Witteman

Vraag: Naast de website, hoe kan het particulier initiatief ook nog zichtbaarder gemaakt worden naar het Nederlandse publiek?

#### *Groep 5*

- Gemeentes
  - Millenniumdoelen -> zichtbaarheid
  - Scholen
  - Website gemeenten
  - Nieuwjaarsrecepties
- Radio
- Televisie show / documentaire / landelijke inzameling PI's
  - Commerciële zenders
  - Regionale zenders
- Maatschappelijke stages
  - VMBO

- MBO
- HBO
- Kamer van Koophandel -> maatschappelijk verantwoord ondernemen
- Sociale media
  - LinkedIn
  - Facebook
  - Hyves
  - Twitter
- Kerken
- COSsen - de wereldatlas
- Advertenties in kranten
- Supermarkten - flesinname
- Huis aan huis collectes
- Stoppertjes
  - Kranten
  - Billboards
- Buurthuizen en rommelmarkten
- Verzorgingshuizen - nalatenschappen

#### *Groep 6*

- Rubriek in regionale en landelijke dagbladen
- Een ambassadeur voor kleingoededoelen / bekende Nederlander
  - Landelijk
  - Regionaal
- Bij lokale activiteiten Partin / KGD vermliden
- Gemeenschappelijke hashtag (#) bij tweets
  - Sociale media
  - Eenduidig logo
- Eigen medewerker brengt het kleingoededoel in zijn / haar bedrijf in - > maatschappelijk verantwoord ondernemen
- Moderne middelen inzetten
  - Op scholen
  - Via SMS (bijv. T-Mobile als sponsor)
- Aanhaken bij religieuze organisaties
- Diaspora organisaties betrekken
- Kanaal "goed-TV"
- Een Open Partindag naast / in plaats van de "gewone"