

BELEIDSPLAN Zo'n Vakantie

1 Inleiding

Zo'n Vakantie (ZV) wil mensen, met name uit de christelijke kerken, die door financiële omstandigheden niet op vakantie kunnen toch een vakantie bezorgen (tegen geen- of lage kosten). ZV kan en wil deze mensen helpen omdat allerlei mensen bereid zijn hun vakantieverblijf aan te bieden: een (sta)caravan, een vakantiehuisje of een eigen huis dat in de zomervakantie toch leeg staat omdat ze zelf op vakantie zijn. ZV wil de vragers en aanbieders opzoeken en aan elkaar koppelen.

Dit plan geeft aan hoe ZV via media en tussenpersonen bekend wil worden bij potentiële vragers en aanbieders.

2 Aanbod

ZV biedt vragers een vakantie aan (tegen geen of lage kosten). Weliswaar is de keuze uit vakantieadressen en mogelijkheden niet onbeperkt, maar gezien de achtergrond van de vragers zal het aanbod van ZV in hun behoefte voorzien.

ZV biedt aanbieders de mogelijkheid hun onbenutte vakantiegelegenheden alsnog te laten gebruiken. Daaraan kunnen zij niet verdienen, maar ze kunnen wel een kansarme doelgroep helpen.

ZV wil vragers in contact brengen met het aanbod van de aanbieders.

3 Doelgroepen

ZV heeft twee soorten doelgroepen: de vragers en de aanbieders.

Vragers.

Deze groep bestaat uit alleenstaanden en gezinnen die om financiële redenen of door persoonlijke omstandigheden niet op vakantie kunnen.

Aanbieders.

Dit zijn mensen die hun vakantiewoning, caravan of staanplaats e.d. ter beschikking willen stellen of een gift willen geven. Ze kunnen worden verdeeld in:

- commerciële aanbieders (campings, bungalowparken, enz.);
- niet-commerciële aanbieders (particuliere bezitters van huisjes en (sta)caravans).

Naast deze twee groepen zijn er ook diaconieën die fungeren als intermediairs.

4 Doelstelling

Het doel van de communicatieactiviteiten is dat beide doelgroepen op de hoogte geraken van het aanwezige aanbod. Waardevol daarbij is dat de diaconieën gaan meewerken in het communiceren over en eventueel met de doelgroepen.

In detail betekent dat het volgende:

- De vragers moeten de mogelijkheden kennen van ZV en zich gaan aanmelden. Wellicht dat ze over een drempel van (zielige) hulpvrager heen moeten worden geholpen.
- De aanbieders moeten de 'nood' van de vragers onderkennen en hun accommodaties kosteloos beschikbaar stellen.
- De diaconieën ten slotte moeten de functie van ZV in gaan zien voor hen bekende vragers en ZV bij die vragers -kosteloos- bekend willen maken met door ZV aangereikt materiaal (folder, advertentie, persberichten).

5 Aanpak

De aanpak verschilt per communicatiegroep:

- De *vragers* worden - eventueel door diaconieën - gewezen op de praktische mogelijkheden die er voor hun vakantie zijn: de accommodaties zijn toch beschikbaar, ze worden niet benut, wij geven jullie de kans ervan gebruik te maken. Dus geef aan wat je wilt, ZV zorgt voor de rest. In principe werkt ZV gratis. Vragers moeten zichzelf melden bij ZV.
- De *aanbieders* worden vooral aangesproken op hun gevoel en hun positie. Gevoel voor de hulpvragende medemens en hun positie en mogelijkheid om voor een relatieve geringe inspanning hen te helpen.

6 Boodschap

De kern van de communicatie kun je samenvatten in één zin. Die boodschap bevat 'alles' wat je wilt vertellen aan je doelgroepen. Soms kan de zin letterlijk terugkomen in uitingen, vaker dient die als richtinggevend voor de verschillende vormen van communicatie. Trefwoorden die kunnen dienen om een dergelijke kernboodschap te formuleren zijn:

- De mogelijkheden liggen er: grijp ze aan!
- ZV bemiddelt.
- Vakantie is niet alleen luxe, maar hoort bij het normale leven.
- Christenen helpen elkaar.

Het totale concept ademt een sfeer van vrolijkheid en licht, van vakantie vieren.

Niet alles maar wel veel van deze aspecten komen terug in de volgende kernboodschap:

Zo'n vakantie; met ons bent u er uit!

Deze kernboodschap wordt standaard gehanteerd in de publiciteitsuitingen van ZV.

7 Middelen

Voor de communicatiegroepen kunnen verschillende media worden ingezet waarin wordt gewezen op de praktische mogelijkheden die er voor hun vakantie liggen: de accommodaties zijn toch beschikbaar; ze worden niet benut, wij geven jullie de kans er gebruik van te maken. Dus geef aan wat je wilt, ZV zorgt voor de rest. Uit de volgende middelen, kan afhankelijk van de respons gekozen worden:

De *vragers*

- Advertenties in het ND, RD en oproepen in de plaatselijke kerkbladen roepen potentiële vragers op hun vraag naar accommodaties neer te leggen bij ZV. Via e-mail, post en telefoonnummer kan contact worden gelegd.
- Folders met informatie over ZV liggen op ontmoetingsplaatsen: foyer (zo mogelijk postvakken) kerken, vergader- en cursusplaatsen. Folders kunnen worden aangevraagd via e-mail, post en telefoonnummer.

De *aanbieders*

- advertenties in ND, RD en de bladen van intermediairs (vereniging- en clubbladen) en kerkbladen roepen potentiële aanbieders op hun voornemen om accommodaties beschikbaar te stellen kenbaar te maken aan ZV. Via antwoordkaart, e-mail en telefoonnummer kan contact worden gelegd.
- Folders met informatie over ZV liggen op ontmoetingsplaatsen: foyer (zo mogelijk postvakken) kerken, vergader- en cursusplaatsen. Folders kunnen worden aangevraagd via antwoordkaart, e-mail en telefoonnummer.

- Aan eerdere of overduidelijke nieuwe aanbieders wordt via een jaarlijkse mailing medewerking gevraagd.

De *intermediairs*

- Diaconieën krijgen informatie waarmee ze eventuele vragers kunnen dienen. Op aanvraag kunnen folders en inschrijfformulieren worden toegezonden.

Daarnaast kan worden gewerkt met free-publicity: persberichten en interviews in geëigende bladen (ND, RD, kerkbladen, etc.). In overleg kan uit deze middelen een keus worden gemaakt.

ZO'N VAKANTIE

Postbus 499

8000 AL Zwolle

Tel: 0529-466659

info@stichtingzonvakantie.nl
