

Workshop in lentesfeer

Hoe kunnen we de ervaringen van gasten, van schippers en van de overige vrijwilligers van VaarKracht nóg beter en memorabeler maken. Onder de inspirerende aanmoedigingen van marketingman René van Hulst sloeg 17 zondag februari een groep van zo'n vijftien vrijwilligers uitgebreid aan het brainstormen. In de zonovergoten tuin van Lieke Idsinga en Robert Rust dachten op deze eerste lentedag midden in de winter twee groepen na over verdere verbetering en professionalisering van de vaartochten voor onze gasten en voor de schippers. Binnen werd nagedacht hoe de grote groep vrijwilligers nog beter toegerust kan worden voor hun taak en hoe hun betrokkenheid bij VaarKracht en de waardering voor hun inzet nog te verbeteren is.

De discussies vertrokken vanuit de gedachte dat er nog geen VaarKracht is en de vraag hoe je de organisatie dan zou vormgeven. Op tal van punten was de conclusie dat we het al heel goed doen, maar dat er wel degelijk verbeterpunten zijn. Dikwijls heeft dat te maken met communicatie. Met het duidelijk krijgen van de verwachtingen over en weer. Van gasten, van schippers, van nieuwe en bestaande vrijwilligers die meevaren en de coördinatoren en directie. Zijn we altijd duidelijk genoeg in onze communicatie? Weet iedereen wat er van hem of haar wordt verwacht? Weten we genoeg van de wensen van gasten en vrijwilligers? Kan de nazorg beter, persoonlijker? Hoe krijgen we nog iets meer uniformiteit in de invulling van tochten? Zou het niet leuk zijn dat in een filmpje te vatten? Hoe halen we meer gasten binnen? Kunnen we vrijwilligers nog meer betrekken bij het invullen van de roosters? Is het handig en leuk om een 'smoelenboek' te maken op een afgesloten deel van de website zodat we elkaar beter leren kennen? Kunnen we van dat eigen deel van de website niet een soort FC VaarKracht maken waar we ervaringen kunnen uitwisselen?

Er waren volop ideeën over, ideeën die de drie werkgroepen aan het eind van de middag aan elkaar presenteerden. Met de praktische hulp van René van Hulst werden daaruit vijf onderwerpen gelicht die naar ieders mening binnen afzienbare tijd kunnen leiden tot een nog betere 'customer journey' zoals dat in marketingjargon heet. Een nóg beter gevoel over VaarKracht bij onze gasten, onze schippers en bij de vrijwilligers. Komende tijd worden de vijf speerpunten verder ingevuld en wordt gekeken hoe daar handen en voeten aan te geven is. Er komt nog wel wat op ons af, maar hoe leuk is dat niet?

Ed Brouwer