

EEN WERVINGSSTRATEGIE VOOR TAALTRAJECTEN

DE WEG NAAR HET BETER BEREIKEN VAN AUTOCHTONE VOLWASSENEN MET LAGE BASISVAARDIGHEDEN



Autochtone volwassenen vormen de meest prominente groep volwassenen met **laaggeletterdheid**, wat betekent dat ze moeite hebben met "het vermogen om informatie te interpreteren, te gebruiken en te schrijven in het dagelijks leven". Deze potentiële deelnemers zijn **moeilaik te identificeren en te werven** voor taalcursussen. Hier vindt u een best practice strategie die de effectiviteit van de wervingsinspanningen vergroot. De strategie is onderverdeeld in **drie hoofdpijlers van de werving**. Ten eerste is '**Partners & Netwerk**' een cruciaal onderdeel van het wervingssucces. Sommige aanbieders van taalcursussen vertrouwen op partners voor hun activiteiten, zoals de noodzakelijke financiering en leerinfrastructuur.

Ten tweede is '**Programmaontwerp**' cruciaal voor de werving, omdat het een sterke invloed heeft op de verwachtingen en leerervaring van de autochtone volwassenen. Ten derde speelt '**Communicatie**' een essentiële rol in het creëren van interesse voor de doelgroep. De communicatie pijler is naar het model van Berlo* onderverdeeld in vier subpijlers: kanaal, zender, bericht en ontvanger.

Om een alomvattende strategie te creëren is het van belang dat de verschillende praktijken volledig worden geïntegreerd en op elkaar worden afgestemd. De effectiviteit van de wervingsstrategie wordt vergroot door de verschillende tactieken regelmatig strategisch te overdenken en uit te dagen.

*Berlo, D. K. (1960). An introduction to theory and practice. Process of Communication.



Partners & Netwerk

PARTNERS MET HALO EFFECT.

Probeer samen te werken met partners die verder van uw traditionele netwerk afstaan, en aansprekend zijn voor de doelgroep. Zo profiteert u van een positieve associatie en de identificatie van de doelgroep met deze partners. Leg de relatie vast door de partners te ontmoeten om zo het doel en de verwachtingen van het programma grondig uit te leggen.



Programma-ontwerp

WEES DICHTBIJ!

Nabijheid helpt om kosten en tijd te besparen voor de doelgroep. Buurthuizen zijn bijvoorbeeld vaak toegankelijker voor potentiële deelnemers. Maak gebruik van gebouwen waarbij er geen negatieve associaties zijn voor de doelgroep.

CAMOUFLAGE CURSUSSEN.

Camoufleer uw cursussen om negatieve eerdere ervaringen en taboes rond geletterdheid te overwinnen. Voorbeelden hiervan zijn: nailessen of bijeenkomsten voor financiële zaken.

SALAMITACTIEK.

Bouw de leermotivatie op door korte leersuccessen te boeken. Begin met korte cursussen en doelen en bouw verwachtingen op wanneer de deelnemer er klaar voor is.



Communicatie

AAA - ACTIEVE, AUTHENTIEKE AMBASSADEURS.

Maak gebruik van (oud) deelnemers om informatie te verspreiden op een authentieke manier. Train uw ambassadeurs om effectief te communiceren met de doelgroep.

WEES DESKUNDIG!

Als afzender moet u de problemen rond geletterdheid begrijpen en weten hoe u het kunt identificeren. Communiceer de juiste verwachtingen met betrekking tot de inhoud van de cursus om de potentiële deelnemer aan te trekken.

SPRINGKASTEEL.

Benader potentiële deelnemers tijdens positieve momenten in hun dagelijks leven. Bouw een springkasteel of een schminkplek om gemakkelijk in contact te komen met ouders uit de omgeving.

ZEG HET VOORT!

Gebruik relaties en mond-tot-mondreclame om de doelgroep effectief te bereiken. Creëer een gastvrije cultuur die deelnemers aanmoedigt om vrienden en familie mee te nemen.

KISS!

Wat de boodschap betreft, is er één regel: Keep it Short and Simple. Gebruik succesverhalen in uw berichten om te laten zien wat er mogelijk is voor de potentiële deelnemer.



WEES BETROUWBAAR!

Ervaringen uit het verleden, sociale barrières en onzekerheden vereisen sterke relaties op basis van vertrouwen en steun. Bouw betrouwbare relaties op om deelnemers op de lange termijn te motiveren.



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization



UNESCO Chair
on Adult Education,
Vrije Universiteit Brussel



Maastricht University