




*dag v/d*  
**Zorg**

Haal het maximum uit uw  
**Dag van de Zorg!**

Opendeurdag op maat  
van zorg en welzijn

## inhoud

Inhoud	2
Woord vooraf	3
1. Doelstellingen, doelgroepen en boodschap	4
2. Werkgroep, concept en planning	15
3. Stippel een boeiend en vlot parcours uit	20
4. De perfecte gastheer/gastvrouw	24
5. Pers en promotie	28
6. Sociale media	34
7. D-Day, Dag van de Zorg	36
8. 2024... 13 <sup>e</sup> editie van Dag v/d Zorg	39

 Klik hierop om terug te keren naar inhoud



**Dag van de Zorg vzw**  
 Lievestraat 6  
 9000 Gent  
 09-224 06 84  
 info@dagvandezorg.be  
 www.dagvandezorg.be

Copyright Dag van de Zorg 2023 ©

1<sup>e</sup> druk: oktober 2012  
 e-versie: november 2021



## Woord vooraf

### Beste deelnemer,

Dag van de Zorg is dé grootschalige opendeurdag voor de zorg- en welzijnssector. Het is een momentum waar alles draait rond communicatie. Het idee is simpel: het brede publiek komt op bezoek en maakt op een laagdrempelige manier kennis met uw organisatie. Door even achter de schermen te kijken, door interactie, door vragen te stellen,... Een ideale communicatietool dus.

Een opendeurdag organiseren doe je uiteraard niet zomaar. Dat vergt een investering in middelen, in mensen en in tijd. Met een goede voorbereiding haalt u het maximum uit uw investering.

Op de startdag krijgt u heel wat tips op het gebied van organisatie, arbeidsmarktcommunicatie en mediarelaties.

Met dit draaiboek op maat van de zorg- en welzijnssector willen wij op een overzichtelijke manier nog een aantal tips en adviezen op een rijtje zetten en een antwoord bieden op vaak gestelde vragen over de organisatie van een opendeurdag.

Veel succes alvast!

Het voltallige team van Dag van de Zorg  
 Els, Karlien, Hanne en Geert

## doelstellingen



### 1. Doelstellingen, doelgroepen en boodschap

#### BEPAAAL UW DOELSTELLINGEN

Natuurlijk willen we allemaal dat ons evenement een feest wordt, maar een opendeurdag is in de eerste plaats een middel om te **communiceren**. Net zoals ook een website, een jobadvertentie of een bedrijfskrant communicatiemediën zijn, waarmee u met een bepaalde doelstelling een boodschap overbrengt naar een doelgroep.

Een opendeurdag organiseren is met andere woorden geen doel op zich. Uw evenement staat ten dienste van bepaalde **doelstellingen**. U brengt met uw opendeurdag een boodschap aan een of meerdere doelgroepen.

Het is erg belangrijk om die doelstellingen van in het prille begin duidelijk te bepalen. Hoe uw opendeurdag er uiteindelijk uit zal zien, wat u toont, welk publiek u probeert te bereiken, welk verhaal u brengt... Het wordt allemaal grotendeels bepaald door de doelstellingen die u voorop stelt.

Elk communicatiemedium heeft zo zijn eigen troeven en beperkingen. Met een website kan je heel veel mensen bereiken, maar voor wervende en overtuigende communicatie schiet een website vaak tekort. Met een jobadvertentie bereik je weliswaar een specifiek doelpubliek, maar van een echte dialoog is geen sprake. De advertentie kan hooguit de eerste stap zijn tot een nadere kennismaking.

Een opendeurdag heeft als communicatiemedium heel **sterke troeven**. Anders dan een website, een jobadvertentie of een bedrijfskrant laat een opendeurdag face-to-face communicatie in levende lijve toe. U kunt uw publiek zien en horen. Er zijn volop mogelijkheden tot contact en interactie. Bezoekers kunnen vragen stellen, suggesties doen en complimenten geven. U hebt de kans om te luisteren, om zaken nader toe te lichten, om te antwoorden op vragen,... Kortom, een opendeurdag biedt u de kans om **in dialoog te gaan**, zowel op het niveau van de individuele bezoekers als op het niveau van de grote groep bezoekers.

Meer zelfs, het loutere feit alleen al van deel te nemen aan een opendeurevenement als Dag van de Zorg, toont aan de buitenwereld dat uw organisatie zich openstelt voor dialoog, dat u een gastvrije organisatie bent en dat u belang hecht aan goede contacten met de buurtbewoners en andere doelgroepen.

Bovendien blijft een bezoek aan een opendeurdag sterk in het geheugen hangen. Meer dan een doorsnee jobadvertentie of het bekijken van een website. Voorwaarde is wel dat u het publiek boeit en overtuigt met uw boodschap en de manier waarop u die brengt.

U haalt het maximum uit uw opendeurdag als u van in het begin, bij het bepalen van de doelstellingen en de uitwerking ervan, rekening houdt met deze troeven van een opendeurdag voor uw communicatie.

#### WELKE DOELSTELLINGEN?

Er zijn diverse doelstellingen denkbaar voor uw opendeurdag, grofweg onder te brengen in vijf categorieën:

- 1 gericht op een versterking van het **imago** van uw organisatie of bedrijf;
- 2 gericht op **informatie** en **kennisoverdracht**;
- 3 gericht op de **marketing** van uw diensten of producten;
- 4 gericht op de **arbeidsmarkt**;
- 5 gericht op de **interne communicatie**, als motiverend evenement.

# doelstellingen

## 1 IMAGO EN BEELDVORMING

Verschillende sectoren in zorg en welzijn willen graag de beeldvorming over hun sector en over hun eigen organisatie of bedrijf bijsturen.

### De voorbeelden liggen voor het grijpen:

- In de geestelijke gezondheidszorg leiden vooroordelen en hardnekkige taboes ertoe dat mensen vaak te lang wachten om hulp te zoeken. Als mensen dan toch hulp zoeken, weten familie en vrienden, maar vooral de buurt en de 'maatschappij' dikwijls niet goed hoe daarmee om te gaan.
- In de residentiële ouderenzorg is er de afgelopen tien à twintig jaar ontzettend veel ten goede veranderd. Op het gebied van infrastructuur, maar ook op het vlak van kwaliteit, presentie, bewonersparticipatie en innovatie. Maar als de ouderenzorg in het nieuws komt, dan is het dikwijls in een negatieve context. Woonzorgcentra ondervinden hoe moeilijk het is om een negatief imago te keren.

► *Uw opendeurdag kan als doelstelling hebben om het imago van uw organisatie (en van uw sector) bij te sturen.*

## 2 INFORMATIE EN KENNISOVERDRACHT

Het aanbod aan zorg en welzijn ontwikkelt zich in een razendsnel tempo. Enkele van de meest opvallende ontwikkelingen ter illustratie:

- de groeiende samenwerking tussen organisaties;
- het verdwijnen van de muurtjes tussen voorzieningen en tussen zorg en welzijn;
- het toenemende belang van de thuiszorg en de thuisverpleegkunde;
- de stijgende zorgvraag en de toenemende zorgzwaarte in zowat alle sectoren;
- de introductie van nieuwe technologieën en hulpmiddelen.

Al deze (en nog vele andere) ontwikkelingen zorgen ervoor dat de nood aan informatie bij de mensen exponentieel toeneemt. Zowel bij zorgverstrekkers als bij het brede publiek, overigens. Hoe sneller de veranderingen gaan, hoe noodzakelijker een correcte, tijdige en accurate informatie.

► *Uw opendeurdag kan als doelstelling hebben om het brede publiek of bepaalde doelgroepen te informeren.*

## 3 MARKETING VAN DIENSTEN OF PRODUCTEN

Marketing is soms nog een ietwat beladen term in zorg en welzijn, maar we kunnen er niet omheen. Nieuwe technologieën, hulpmiddelen en geneesmiddelen moeten bekendgemaakt en 'op de markt gezet' worden, anders gebeurt er niets mee en schieten ze hun doel voorbij.

Hetzelfde met nieuwe diensten van uw thuiszorgorganisatie, uw dienstencentrum, uw OCMW of uw ziekenfonds.

Als een ziekenhuis in samenwerking met externe zorgpartners een zorgpad ontwikkelt, dan is het belangrijk dat huisartsen daarvan goed op de hoogte zijn.

Als een kinderdagverblijf zijn openingsuren aanpast om in te spelen op de vraag van een bepaalde doelgroep, dan doet het aan marketing. Idem dito voor een woonzorgcentrum dat zich profileert naar een bepaalde doelgroep van bewoners.

Hoe sterker uw bedrijf of organisatie zich positioneert en profileert, hoe duidelijker het voor de zorgvragers is waarvoor ze bij u terecht kunnen (en waarvoor niet). Ook voor andere doelgroepen, zoals zorgverstrekkers en werkzoekenden, heeft deze positionering niets dan voordelen.

► *Uw opendeurdag kan als doelstelling hebben om uw diensten of producten bekend te maken.*

## 4 ARBEIDSMARKTCOMMUNICATIE

Het tekort aan medewerkers in de witte economie is een van de grootste uitdagingen voor de komende jaren. Er is niet alleen nood aan verpleegkundigen, zorgkundigen en verzorgenden in zowat alle sectoren van zorg en welzijn, maar ook aan elektriciens, schoonmakers en informatici in de ziekenhuizen, aan onderzoekers in de farmaceutische sector, aan opvoeders en begeleiders PAB in de welzijnssector, enzovoort.

De VDAB en de overheid doen samen met de sociale partners en de zorg- en welzijnssector inspanningen om deze 'zorgberoepen' aantrekkelijk te maken voor jongeren en mensen die zich willen heroriënteren. Maar uiteraard kan ook elke zorg- en welzijnsvoorziening hier zijn steentje toe bijdragen.

Een opendeurdag is hiervoor een uitstekende gelegenheid. U kunt natuurlijk uw vacatures onder de aandacht brengen, maar u kunt ook heel wat verder gaan.

Ook het aantrekken van nieuwe vrijwilligers kan uitstekend met een opendeurdag.

► *Uw opendeurdag kan als doelstelling hebben om nieuwe medewerkers of vrijwilligers warm te maken voor uw organisatie.*

## doelstellingen

### EEN VACATURESTAND DIE WERKT!

Veel organisaties maken van Dag van de Zorg dankbaar gebruik om nieuwe medewerkers aan te trekken. Enkele tips voor een succesvolle vacaturestand:

- Maak vooraf ruim bekend dat u ook een jobbeurs organiseert op Dag van de Zorg. Plaats een bericht op uw website, kondig het aan in uw folders en in de Dag van de Zorgkrant, breng eventueel de scholen uit uw regio op de hoogte. Laat het ook aan de regionale pers weten en maak gebruik van uw social media kanalen.
- Kleed uw vacaturestand uitnodigend, vriendelijk en professioneel aan. Want zo wilt u toch overkomen bij potentiële medewerkers? Slordig ogende standen zullen potentiële medewerkers niet overtuigen.
- Elke informatiestand moet bemand zijn, ook uw vacaturestand. Uw vacatures alleen maar printen en uithangen, zal meestal niet volstaan.
- Medewerkers van de dienst P&O zijn het best geplaatst om informatie te geven over de arbeidsvoorwaarden. Maar dat is lang niet het enige wat potentiële medewerkers interesseert. Vaak is het beter om ook een collega uit de beoogde beroepsgroep in te schakelen om informatie te geven.
- Uw medewerkers zijn uw beste ambassadeurs, maar de ene ambassadeur is al beter dan de andere. Kies de medewerkers voor uw vacaturestand met zorg. Geef de voorkeur aan enthousiaste en bevroegen mensen die hun enthousiasme kunnen overbrengen.
- Werk met verhalen. Verhalen van medewerkers, van bewoners, van patiënten. Verhalen uit het dagelijkse leven in uw organisatie, die tonen waar u voor staat. Verhalen blijven langer hangen bij bezoekers en kunnen heel overtuigend werken.
- Neem de tijd om potentiële medewerkers persoonlijk rond te leiden in uw organisatie. Ook dat kan eventueel gebeuren door een enthousiaste medewerker van dezelfde beroepsgroep.

### 5 MOTIVEREN, BETREKKEN, TROTS LATEN ZIJN

Het wordt zelden als primaire doelstelling van een opendeurdag naar voren geschoven, maar bij evaluaties achteraf blijkt telkens opnieuw hoezeer het samen voorbereiden van een opendeurdag een positieve invloed heeft op de werksfeer, op de betrokkenheid en op de motivatie van de medewerkers.

Niettegenstaande de meeste mensen in zorg en welzijn weekendwerk en onregelmatige uren kennen en het erg druk hebben, is het enthousiasme voor een opendeurdag – soms na een aarzelende start – in de praktijk meestal ontzettend groot.

Dat hoeft niet te verbazen. Een opendeurdag is met voorsprong de beste manier om medewerkers trots te laten zijn op hun werk, om aan familie, kennissen en het grote publiek te tonen hoe zij elke dag aan kwaliteit werken, warme en nabije zorg bieden en daarbij gebruik maken van nieuwe technologieën of organisatie modellen.

Ook het proces van samen de opendeurdag voor te bereiden, samen nog een aantal dingen in orde te brengen, samen als organisatie te schitteren en daarna ook samen de goede respons van de bezoekers in ontvangst te mogen nemen, smeedt banden en brengt een positieve impuls teweeg die vaak nog heel lang nawerkt.

► *Uw opendeurdag is de ideale teambuilding.*



## Deelnemer Dag van de Zorg aan het woord

“Nieuwe medewerkers en vrijwilligers gerecruteerd”

“Op Dag van de Zorg wilden we met Zorggroep Heilig Hart het brede publiek informeren over ons totaalpakket van zorg- en dienstverlening. Onze voorziening biedt op één locatie een brede waaier van zorg en welzijn aan, met onder meer een woonzorgcentrum, serviceflats, gehandicaptenzorg, kinderopvang en thuiszorg.

Wij hebben twee parcours ontwikkeld: een ‘kinderroute’ en een ‘zorgroute’. Langs de routes waren verschillende informatiepunten met enkele verrassende activiteiten en wedstrijden. Her en der konden de mensen op het parcours ook van een klein hapje genieten: we hadden met de bewoners wafeltjes gebakken en cocosrotsjes en we deelden ook muntjes in de vorm van een hartje uit, een verwijzing naar onze naam. Accordeonist Marino Punk bracht een leuke muzikale noot. Dat alles zorgde voor een prettige sfeer op beide parcours.

Veel aandacht schonken de bezoekers aan onze moderne infrastructuur, aan de mooie keukenstand, aan de wellnessvoorzieningen. Voor veel mensen was het een aangename kennismaking met de ouderenzorg anno 2012.

Ook op onze vacaturestand was het de hele dag een drukte van jewelste. We hadden onze Dag van de Zorg expliciet gekoppeld aan een jobbeurs. We hebben veel sollicitatiegesprekken kunnen doen, waaruit effectief enkele aanwervingen zijn voortgekomen. We hadden daarnaast ook een vrijwilligersstand waar onze eigen vrijwilligers vertelden over hun engagement. Op die manier hebben we op Dag van de Zorg vijf nieuwe vrijwilligers kunnen aantrekken. Het was dan ook in menig opzicht een erg geslaagde dag!”

– Heleen Vanthournout, ergotherapeute,  
Zorggroep Heilig Hart in Kortrijk

# doelstellingen

## EÉN DOELSTELLING KIEZEN OF VERSCHILLENDE DOELSTELLINGEN?

U kunt verschillende doelstellingen naar voren schuiven voor uw opendeurdag. Het is echter belangrijk om dat expliciet te doen, zodat u de verdere voorbereiding van uw opendeurdag daar ook effectief op afstemt.

Het valt sterk aan te raden om elke doelstelling volgens de SMART-formule neer te schrijven: specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch en tijdsgebonden.

- Niet: *Ik wil op de opendeurdag nieuwe medewerkers proberen aan te trekken.*
- Wel: *Ik wil op de opendeurdag contact leggen met minstens 15 potentiële nieuwe zorgmedewerkers en daaruit moeten binnen de 3 maanden na de opendeurdag minstens 3 effectieve aanwervingen volgen.*

Bij de eerste formulering hebt u uw opdracht al volbracht als u op de opendeurdag een blad papier uithangt met de vacatures in uw organisaties. Met de tweede formulering legt u de lat een stuk hoger, dwingt u uzelf om creatief en ondernemend te zijn en kunt u achteraf ook evalueren of de doelstellingen bereikt zijn.

## BRENG UW DOELGROEPEN IN KAART

Als u uw doelstellingen expliciet maakt, wordt meteen ook duidelijker wie uw belangrijkste doelgroepen zijn. Een opendeurdag staat uiteraard open voor het 'brede publiek', maar allicht heeft u er alle belang bij om te focussen op een aantal specifieke doelgroepen, gekoppeld aan uw doelstellingen:

### Doelstelling in het kader van 'Imago'

Het imago van uw organisatie kan sterk verschillen van doelgroep tot doelgroep. Misschien vinden uw leveranciers u fantastisch (omdat u altijd uw facturen stipt betaalt), maar zijn de huisartsen een stuk minder over u te spreken (omdat u vaak niet terugverwijst). Of misschien hebt u een heel goede naam en faam bij experts en overheden (omdat u heel innovatief bent), maar botst u op weerstand of onbegrip bij omwonenden (omdat uw organisatie voor parkeeroverlast zorgt). Het kan dat al uw bewoners perfect gelukkig zijn (omdat u prima zorg verleent), maar dat collega's uit andere zorgvoorzieningen vragen hebben bij uw aanpak (omdat u vaak een eigen koers vaart).

Het kan een goed idee zijn om uw opendeurdag aan te grijpen om met bepaalde doelgroepen de relaties nauwer aan te halen. Denk zeker ook aan relaties met (plaatselijke) overheden, de media en belendende sectoren zoals onderwijs, jeugd, cultuur,...

## MEETBARE DOELSTELLINGEN?

Het is niet altijd eenvoudig om doelstellingen meetbaar te formuleren. Hoe gaat u na of het imago van uw organisatie verbeterd is door de opendeurdag? Dan moet u niet alleen achteraf een enquête laten uitvoeren, u moet vooraf ook een nulmeting organiseren, zodat u vóór en na kunt vergelijken. Bovendien is er voor het bijsturen van uw imago op middellange termijn meer nodig dan één keer een opendeurdag organiseren.

Hetzelfde geldt voor de medewerkerstevredenheid in uw organisatie. Als uw opendeurdag een succes is, dan zal de medewerkerstevredenheid in de nasleep ervan een boost krijgen. Maar om op middellange termijn te werken aan medewerkerstevredenheid en retentie is uiteraard meer nodig dan één keer een opendeurdag organiseren.

Een opendeurdag is één element van uw communicatiemix. Een heel belangrijk element, maar uiteraard niet het enige. Het is daarom aangeraden om op geregelde tijdstippen zaken als uw imago en de medewerkerstevredenheid te (laten) meten. Met een mix aan acties, waaronder een opendeurdag, kunt u heel gericht werken aan een positieve evolutie.

Ondanks deze relativering zijn er toch heel wat zaken meetbaar en bruikbaar bij de evaluatie van uw doelstellingen:

- het aantal bezoekers;
- het aantal bezoekers uit specifieke doelgroepen die u vooropstelde (bvb. huisartsen, familieleden van bewoners, gemeenteraadsleden, zorgvragers,...);
- het aantal positieve persartikels en/of mediacontacten naar aanleiding van uw opendeurdag;
- het aantal kennismakingsgesprekken op uw vacaturestand en het aantal effectief gerealiseerde aanwervingen dat daaruit volgt;
- de reacties van bezoekers (u kunt eventueel een kleine enquête houden aan het eind van het bezoek: wat vonden de bezoekers leuk, wat vonden ze minder geslaagd?);
- het aantal nieuwe vrijwilligers dat zich gemeld heeft dankzij uw opendeurdag;
- ...

## doelgroepen

### Doelstelling in het kader van 'Informatie'

Wilt u als OCMW de ouder wordende bevolking tijdig informeren over de diverse mogelijkheden van thuiszorg, thuisverpleegkunde en residentiële opvang in uw streek, zodat ze bewuste keuzes kunnen maken, dan kunt u eventueel van de (jonge) senioren een specifieke doelgroep maken.

Wilt u als CAW de andere zorg- en welzijnsorganisaties in uw regio informeren over uw doelgroepen en de hulpverlening die u kunt aanbieden, dan kunt u van deze organisaties een specifieke doelgroep maken.

### Doelstelling in het kader van 'Marketing'

Als een kinderdagverblijf zijn openingsuren aanpast om in te spelen op de vraag van een bepaalde doelgroep – bijvoorbeeld verpleegkundigen – dan kunnen verpleegkundigen een specifieke doelgroep zijn.

Wilt u als KMO een nieuw hulpmiddel op de markt brengen, dan kunnen de potentiële gebruikers van dat hulpmiddel een specifieke doelgroep vormen, maar bijvoorbeeld ook bepaalde zorgvoorzieningen waar dat hulpmiddel goed van pas kan komen en zelfs mogelijke distributeurs.

### Doelstelling in het kader van 'Arbeidsmarktcommunicatie'

Is ook uw organisatie op zoek naar helpende handen? Dan kunnen (laatstejaars)studenten van bepaalde studierichtingen een specifieke doelgroep vormen. Maar ook mensen die zich willen heroriënteren.

Maak ook van de gelegenheid gebruik om goede vrijwilligers te zoeken voor uw organisatie. In dat opzicht kunnen vijftigers of jonggepensioneerden misschien een specifieke doelgroep vormen.

### Doelstelling in het kader van 'Motiveren'

Wilt u uw opendeurdag aangrijpen om uw medewerkers trots te laten zijn op hun werk, nodig dan heel expliciet hun partner, hun gezin en hun familie uit. Zorg voor een warme ontvangst en benadruk ook bij het brede publiek het belang van goede medewerkers voor goede zorg en welzijn. Laat uw mensen schitteren, gun ze een hoofdrol in het geheel.

### WAT VERWACHTEN UW DOELGROEPEN?

Als organisatie kunt u bepaalde doelstellingen naar voren schuiven en bepaalde doelgroepen selecteren, maar ook deze doelgroepen hebben bepaalde verwachtingen als ze bij u op bezoek komen. Maak deze verwachtingen expliciet en hou er rekening mee.

#### Enkele voorbeelden:

- Als uw voorziening de doelgroep jonggepensioneerden uitnodigt met de bedoeling om enkele goede vrijwilligers te werven, dan weet u dat die mensen tal van vragen zullen hebben. Denk vooraf na over deze vragen en zorg dat u een antwoord klaar hebt. Misschien kunt u enkele enthousiaste huidige vrijwilligers vragen om aanwezig te zijn en mee de pr naar deze mensen te helpen verzorgen.
- Nodigt u de huisartsen uit om een nieuw zorgpad voor te stellen, weet dan dat ze vragen zullen hebben naar hun plaats in dat zorgpad. Geef ze een antwoord vóór ze de vraag expliciet hoeven te stellen.
- Als u de pers uitnodigt om even een kijkje te komen nemen, zorg dan dat er iemand van de directie, de staf of de dienst communicatie beschikbaar is om op vragen te antwoorden, een persoonlijke rondleiding te geven en misschien zelfs een primeur weg kan geven. Iedereen tevreden.

Zo komt elke doelgroep met zijn eigen specifieke verwachtingen bij u op bezoek tijdens uw opendeurdag.

## boodschap

### BRENG EEN HELDERE BOODSCHAP

Voor elke doelgroep hebt u een verhaal of een boodschap nodig. Bij voorkeur een boodschap die helder is, overtuigend is en die blijft hangen. Met de loutere boodschap "Word vrijwilliger bij ons" of "Kom bij ons werken" zult u weinig mensen overtuigen. Uw boodschap heeft een rationele en een emotionele fundering nodig.

In hun onvolprezen boek 'De Plakfactor' geven Dan en Chip Heath enkele goede tips. Om uw boodschap te laten beklijven, moet ze de volgende kenmerken hebben:

#### 1 Eenvoudig zijn

Maak het niet ingewikkelder dan nodig is. Vermijd moeilijke woorden en vakjargon. Probeer ook niet alles te vertellen. Mensen kunnen maar een beperkt aantal dingen onthouden tijdens een opendeurdag. Beperk u tot de essentie.

#### 2 Onverwacht zijn

Verras uw publiek, geef ze meer dan ze verwachten. Laat ze dingen zien die ze niet kennen, die ze niet verwacht hadden. Dat hoeft niet altijd spectaculair te zijn.

#### 3 Concreet zijn

Abstracte taal blijft niet hangen. Geef concrete en herkenbare voorbeelden. Geef enkele cijfers ter illustratie.

#### 4 Geloofwaardig zijn

Laat uw organisatie van haar mooiste kant zien, maar vermijd marketingtaal, holle praatjes of misplaatste opschepperij. U verliest er alleen uw geloofwaardigheid mee.

#### 5 Met gevoel gebracht worden

Zorg en welzijn bieden bij uitstek ruimte voor warme verhalen. Hebt u enthousiaste en geëngageerde medewerkers? Laat dat enthousiasme ook zien en voelen.

#### 6 In een verhaal gegoten zijn

Mensen onthouden veel gemakkelijker een verhaal dan een aantal losse feiten.

Het zal lang niet altijd lukken om uw boodschap alle zes deze kenmerken mee te geven, maar hoe meer van deze kenmerken ze bevat, hoe groter de kans dat uw boodschap blijft hangen.

### SAMENVATTING

Een opendeurdag is een communicatiemedium. Om er een succes van te maken, bepaalt u van in het begin heldere doelstellingen en definieert u de doelgroepen. Verpak uw boodschap op zo'n manier dat ze blijft hangen bij de mensen. Deze eerste stap vormt de basis van de verdere organisatie van uw opendeurdag.



## Deelnemer Dag van de Zorg aan het woord

“Goed voor de collegialiteit  
en de teambuilding”

“Iedereen was van harte welkom op onze opendeurdag, maar voor de kinderen en voor onze medewerkers hebben we iets speciaals gedaan.

In een ziekenhuis weten medewerkers van de ene dienst niet altijd goed wat er op een andere dienst gebeurt. Om de collegialiteit te bevorderen en elkaars werk beter te leren kennen en waarderen, hebben wij expliciet onze eigen medewerkers met hun gezin uitgenodigd op onze Dag van de Zorg. Dat hebben onze medewerkers erg op prijs gesteld.

Ook de voorbereiding van de Dag van de Zorg was een mooi staaltje teambuilding. Wij hadden de verschillende diensten de vrijheid gegeven om zich van hun beste kant te laten zien, uiteraard met ondersteuning vanuit het ziekenhuis. Door de medewerkers die ruimte te geven, is er heel wat creativiteit naar boven gekomen. Ja, veel diensten hebben ons echt verrast. Bovendien voelde heel het ziekenhuis zich betrokken. Met nieuwsbrieven hielden wij iedereen op de hoogte van de voorbereidingen. Op die manier leefde Dag van de Zorg in het hele ziekenhuis.

Voor de kinderen hadden we iets op maat georganiseerd. De kleuters konden langsheen het parcours stiften vinden waarmee ze een prent mochten inkleuren. Er lag ook telkens een puzzelstukje bij. Aan het eind van het parcours, kwamen alle puzzelstukjes bijeen en werden de kinderen getraakteerd op een ijsje. Voor de iets oudere kinderen was er een wedstrijd met vragen waarvan de antwoorden te vinden waren op het parcours. Ook zij kregen een ijsje aan het eind. Naast de cafetaria-ruimte voor de ouders was er een speelhoek, waar kinderen onder meer ziekenhuispuzzels konden maken of onder begeleiding een verpleegsterkapje konden knutselen.

Die extra aandacht voor de kinderen viel goed in de smaak bij de bezoekers. Als de kinderen langsheen het parcours zelf iets omhanden hebben, krijgen hun ouders de kans om in alle rust de verschillende standen te ontdekken.”

– Els De Pinnewaert, stafmedewerker  
Sint-Jozefkliniek Bornem en Willebroek



2.  
Werkgroep,  
concept en  
planning



# Werkgroep concept en planning

## AAN DE SLAG MET EEN WERKGROEP

Het is aangeraden om voor de organisatie van uw opendeurdag een werkgroep samen te stellen. Kies hiervoor mensen van verschillende afdelingen en leeftijden. Het is bijvoorbeeld handig om van meet af aan iemand van de technische dienst en/of de dienst informatica erbij te hebben.

Eén iemand wordt aangewezen als **projectverantwoordelijke**. Afhankelijk van de (grootte) van de voorziening of het bedrijf, valt de keuze hiervoor vaak op een directielid, een stafmedewerker of een medewerker van de dienst communicatie of de dienst HRM.

Het is belangrijk dat de werkgroep aan de slag gaat met de doelstellingen, de doelgroepen en de boodschappen. Idealiter zijn de leden van de werkgroep betrokken geweest bij de keuze van de doelstellingen. In elk geval moet de werkgroep zich achter deze keuzes scharen en op basis daarvan de verdere planning uitwerken.

### De belangrijkste opdrachten van de werkgroep zijn:

- het uitdenken van een concept;
- het opstellen van een concrete planning;
- het opvolgen en de coördinatie van deze planning;
- het verzorgen van de interne communicatie;
- het bewaken van de doelstellingen;
- het bewaken van het budget.

## EEN GOEDE PLANNING IS CRUCIAAL

Als u met de werkgroep een concept hebt uitgedacht dat spoort met de beoogde doelstellingen, kunt u een planning opmaken. Deze planning brengt in kaart wat er moet gebeuren, wanneer het moet gebeuren en wie er verantwoordelijk voor is. Ook de communicatie en de rapportering worden in deze planning opgenomen.

### De voordelen van een goede planning zijn legio:

- u vermijdt dat er bepaalde zaken over het hoofd worden gezien;
- de afspraken zijn voor iedereen helder en duidelijk;
- het verloop van de voorbereiding kan perfect opgevolgd worden;
- de planning biedt een totaaloverzicht en geeft een stand van zaken.

Een eerste versie gebeurt best met een retroplanning, vertrekkend van D-Day, Dag van de Zorg. Zo krijgt u meteen een duidelijk beeld van de nodige voorbereidingstijd.

Daarna werkt u de planning meer in detail uit. Hiervoor kunt u eventueel gebruik maken van een softwareprogramma voor projectplanning, maar ook met Excel schiet u al een eind op.

Uiteindelijk moet u tot een schema komen, dat als werkinstrument kan dienen. Hierin wordt de voorbereiding tot en met de (dagen na de) opendeurdag in chronologische volgorde uitgetekend, met inbegrip van alle opdrachten die vervuld moeten worden. Zo'n schema kan bijvoorbeeld zes kolommen tellen:

Nr.	Opdracht	Deadline	Verantwoordelijke	Datum uitvoering	Opmerking
1	Kostenraming	15 dec.	Projectverantw.		
2	Sponsoring	1 feb.	Katrien		
3	Eerste voorstel parcours	1 feb.	Koen		overleg afdelingen
4	Bezoek brandweer	15 feb.	Hoofd techn. dienst		
5	Definitief parcours	22 feb.	Projectverantw.		

## WELK BUDGET?

Het bepalen van een budget voor een opendeurdag is een moeilijke oefening, evenals de kostenpost. Valt de opendeurdag onder de kostenpost 'Communicatie' of onder 'HRM' of nog concreter onder 'Selectie en aanwerving'? Veel hangt af van uw concrete doelstellingen. Het is in elk geval goed om het budget te beschouwen als een investering waarvan u ook een return verwacht. Op die manier valt de investering goed te verantwoorden.

Door uw deelname aan Dag van de Zorg verhoogt u de kostenefficiëntie van uw opendeurdag. Enerzijds door een aantal uitgaven overkoepelend uit te besteden (affiches, folders, uitnodigingen,...), anderzijds door de versterking van uw communicatie via een nationale en regionale campagne.

De grootste kost is ongetwijfeld de inzet van medewerkers bij de voorbereiding van de opendeurdag en op de dag zelf. Drie tips nog:

1. Ook met relatief weinig middelen kan met de nodige creativiteit een heel geslaagde opendeurdag worden georganiseerd. En omgekeerd geeft een aanpak met de grote middelen nog geen garantie op succes. Blijf trouw aan uw eigen organisatiecultuur en geef de creativiteit binnen uw organisatie alle kansen.
2. Voor het huren van materiaal kunnen zorg- en welzijnsorganisaties vaak gratis (of voor een appel en een ei) bij de gemeente of de provincie terecht. Wacht niet te lang om dat materiaal te reserveren.
3. Wat u ook huurt of koopt voor uw opendeurdag, het loont altijd de moeite om offertes op te vragen en prijs/kwaliteit te vergelijken. De verschillen kunnen soms erg groot zijn.

## TOP-DOWN EN BOTTOM-UP

Meestal wordt de beslissing om een opendeurdag te organiseren op directie- of bestuursniveau genomen. Directie en bestuur nemen die beslissing voor bepaalde redenen. Van bij het moment van de beslissing zijn er dus al bepaalde doelstellingen (in embryonale fase) aanwezig. Van meet af aan is er een kader waarbinnen de opendeurdag plaatsvindt.

De uitwerking van de opendeurdag wordt het best georganiseerd als een samenspel van top-down en bottom-up. De directie van een ziekenhuis kan het om strategische redenen bijvoorbeeld belangrijk vinden om zich te profileren met de dienst moeder-kind. Maar hoe dat dan precies moet, wordt grotendeels overgelaten aan de artsen en de medewerkers van de dienst moeder-kind. Uiteindelijk kennen zij de dienst het best en zullen zij het ook moeten waarmaken op de opendeurdag.

Bovendien komen de beste ideeën vaak bottom-up. Leg dus krijtlijnen vast, maar geef de medewerkers ook de ruimte om creatief te zijn en suggesties te doen. Op die manier vergroot het draagvlak voor de organisatie van de opendeurdag, stijgt de kwaliteit ervan en neemt de betrokkenheid toe. De eerste toetssteen om nieuwe suggesties en ideeën af te wegen, vormen uw doelstellingen.

## Werkgroep concept en planning

Het stellen en bewaken van deadlines is erg belangrijk, niet alleen om op tijd klaar te zijn, maar vooral omdat de volgende opdracht vaak pas kan beginnen als de vorige voltooid is. Er moet eerst overleg met de afdelingen plaatsvinden om een voorstel van parcours uit te tekenen, vooraleer het parcours ter goedkeuring voorgelegd kan worden aan de brandweer.

Wees duidelijk in het toekennen van verantwoordelijkheden. 'De werkgroep' of 'een afdelingshoofd' of 'iemand van de personeelsdienst' is niet concreet genoeg. Het moet om namen of ondubbelzinnige functies gaan. Alleen zo kan je iemand op zijn verantwoordelijkheden aanspreken.

In de planning moet ook duidelijk opgenomen worden hoe de interne communicatie verloopt:

- rapportage: voor zover de directie geen deel uitmaakt van de werkgroep, zal er op geregelde tijdstippen gerapporteerd moeten worden. Bij belangrijke beslissingen – bvb. over het definitieve parcours, over het budget, over de samenwerking met een externe leverancier..., zal allicht het fiat van de directie nodig zijn. Hou hiermee rekening in de planning.
- betrekken: betrek van bij het begin alle diensten en afdelingen die aan (de voorbereiding van) de opendeurdag zullen participeren, bijvoorbeeld ook de schoonmaakploeg, de logistieke medewerkers en de technische dienst. Vraag geregeld feedback aan deze medewerkers, het kan veel misverstanden voorkomen.
- informatie: zorg dat de hele organisatie op de hoogte is van deelname aan de Dag van de Zorg. Geef ook de medewerkers die niet direct betrokken zijn bij de organisatie van de opendeurdag geregeld een stand van zaken. Geef ze de gelegenheid om suggesties te doen.

Belangrijk: in woonzorgcentra, voorzieningen voor personen met een handicap en sommige andere residentiële centra maken de bewoners integraal deel uit van het centrum en behoren zij in die optiek ook tot de interne doelgroep waarmee zorgvuldig gecommuniceerd moet worden. Breng ook

de familie van de bewoners tijdig op de hoogte. Maak duidelijke afspraken, onder meer in het kader van de **privacy**. De ervaring leert dat de meeste bewoners de voorbereiding op een opendeurdag en de dag zelf een fantastische belevenis vinden, waar ze erg graag deel van uitmaken. Het is echter belangrijk om elke bewoner de vrije keuze te laten, om de privacy te respecteren en ook de familie hierbij tijdig te betrekken.

Hetzelfde geldt overigens voor geriatrische afdelingen in algemene ziekenhuizen, die op opendeurdagen soms opengesteld worden. Op andere hospitalisatieafdelingen is een bezoek op een opendeurdag minder gangbaar. Daar kan het volstaan om de patiënten die er verblijven enkele dagen vooraf op de hoogte te brengen van de deelname aan de Dag van de Zorg.

### SAMENVATTING

Stel een werkgroep samen en kies voor een projectmatige aanpak met een duidelijke timing en duidelijke verantwoordelijkheden. Verzorg van meet af aan uw interne communicatie voor een goede rapportage, informatie en betrokkenheid. Betrek ook tijdig de bewoners.



## Deelnemer Dag van de Zorg aan het woord

“Een draaiboek en een speciale editie van ons personeelsblad”

“Wij zijn geschrokken van het groot aantal bezoekers dat op zo'n Dag van de Zorg langskomt. Gelukkig waren we goed voorbereid. We hadden vooraf het parcours verschillende keren uitgeprobeerd. Wij hebben ervoor geopteerd om de bezoekers in groepjes van tien tot twintig mensen onder leiding van een gids langs het parcours te sturen. Op elke stand was er een medewerker om uitleg te geven. Hoewel het bij momenten erg druk was, is alles heel vlot verlopen.

We hadden vooraf een draaiboek gemaakt, waarin we niets aan het toeval overlieten. Dat vergt natuurlijk wat voorbereiding, maar het toeleven naar de Dag van de Zorg is tegelijk een heel mooie teambuilding, waarbij zowat alle afdelingen actief betrokken zijn.

Veel mensen zijn echt wel geïnteresseerd in zorg en welzijn, bleek op Dag van de Zorg. Wie niet als patiënt of als bezoeker naar Revalidatieziekenhuis Inkendaal komt, weet meestal niet wat hier allemaal gebeurt. We hebben dan ook heel wat mensen over de vloer gehad die erg nieuwsgierig waren, veel vragen stelden en ook wel verrast stonden over wat een revalidatieziekenhuis te bieden heeft.

Naar aanleiding van de Dag van de Zorg hadden wij een speciale editie gemaakt van ons personeelsblad om uit te delen aan de bezoekers. In dat magazine boden wij informatie en een stukje geschiedenis. Ook daar hebben we erg goede reacties op gehad.”

– Annelies Devriese, dienst Communicatie  
Revalidatieziekenhuis Inkendaal

## parcours

### 3. Stippel een boeiend en vlot parcours uit

#### EEN BOEIEND PARCOURS

Mensen komen met hoge verwachtingen naar uw open-deurdag. Als u het goed aanpakt, bezorgt u uw bezoekers een onvergetelijke dag. Enkele tips:

- Zorg ervoor dat uw bezoekers niet alleen kunnen kijken en luisteren, maar laat ze ook iets doen of ervaren. Zo biedt u meer afwisseling op het parcours en zal uw boodschap beter beklijven.
- Een wedstrijd langsheen het parcours is een goed idee. Bijvoorbeeld met foto's of met eenvoudige vragen die de bezoekers onderweg moeten oplossen. Een spelelement zorgt voor extra ontspanning en sfeer. Niet alleen kinderen houden ervan, ook volwassenen. Bovendien verhoogt een spelelement de aandacht bij de bezoekers. Probeer dan ook de boodschap die u de mensen mee wilt geven op uw open-deurdag te verwerken in het spelelement.
- Probeer uw parcours ook voor kinderen boeiend te maken. Een open-deurdag bezoeken gebeurt vaak in gezinsverband. Maak voor de kinderen een wedstrijd op hun maat. Of voorzie langsheen het parcours ook voor kinderen de nodige animatie. Ook de volwassenen zullen er u dankbaar om zijn. U kunt overwegen om voor de kinderen een kinderopvang te voorzien, maar de ervaring leert dat kinderen veel liever meegaan op ontdekking door de voorziening.
- In de zorg- en welzijnssector werken doorgaans erg geëngageerde mensen die enthousiast zijn en trots op de zinvolheid van hun werk. Laat dat enthousiasme zien en weerklinken in het parcours.
- Allicht zijn er nog deelnemers aan Dag van de Zorg in uw regio. Misschien kunt u samenwerken en een plaatselijke zorgroute uitstippelen? Zo helpt u elkaar bij het voeren van promotie en kunnen de bezoekers kennismaken met verschillende aspecten van zorg en welzijn in uw regio.

#### EEN VLOT PARCOURS

Om uw open-deurdag vlot te laten verlopen, moet uw parcours met zorg uitgestippeld zijn.

Als het enigszins mogelijk is, kiest u het best voor een **vrije flow**: de bezoekers doorlopen het uitgestippelde parcours op hun eigen tempo. Op cruciale punten staat een gids om de weg te wijzen, zodat niemand kan verdwalen en niemand de privacy van bewoners of patiënten kan schenden. Waar iets getoond wordt op het parcours of waar iets te beleven valt, staat een medewerker om toelichting te geven en om vragen te beantwoorden.

Zorg ervoor dat op elke stand een medewerker staat! Onbemande standen worden niet op prijs gesteld door bezoekers.

Met een vrije flow kunt u het meeste bezoekers aan. Als het druk is, corrigeert de vrije flow in hoge mate zichzelf: mensen gaan minder lang blijven staan en schuiven sneller door. Als het minder druk is, nemen bezoekers als vanzelf wat meer tijd om alles goed te bekijken en te beluisteren. Het is belangrijk dat uw medewerkers hier vlot op inspelen: als ze merken dat het erg druk is, kunnen ze hun verhaal wat inkorten, als ze daarentegen zien dat het rustig is, kunnen ze iets meer tijd nemen.

Soms is er toch een goede reden om voor een bezoek **in groepen** met een gids te kiezen, bijvoorbeeld voor de veiligheid. Dan stelt u aan het onthaal groepen van circa 20 mensen samen, om onder begeleiding van een gids het parcours af te werken. Circa om de 5 minuten kan een groep vertrekken.

## parcours

Het nadeel hiervan is dat een heel strakke regie en timing nodig zijn en er minder ruimte is voor spontane dialoog en vragen. Immers, als een groep te veel vragen stelt, dan dreigt ze ingehaald te worden door de volgende groep.

Kies als het enigszins mogelijk is ook voor een parcours dat begint bij punt A en eindigt bij punt B. Vermijd zoveel mogelijk bezoekersstromen in tegengestelde richtingen. Als het erg druk is, kan dat voor chaos zorgen.

Hou rekening met **minder mobiele mensen**. Zorg ervoor dat ook mensen in een rolstoel het parcours kunnen volgen. Waar nodig zet u extra begeleiding in, bijvoorbeeld om mensen met de lift te helpen.

Als u het parcours uitgetekend hebt, kunt u het best enkele keren afstappen. Heb oog voor flessenhalzen en andere mogelijke knelpunten. Probeer alternatieven uit. Als er geen ideale oplossing mogelijk is, zorg er dan voor dat er op de opendeurdag een medewerker op de cruciale punten staat om een vlotte doorstroming te bevorderen.

Voorzie op de opendeurdag goede signalisatie. Zorg voor een duidelijke leesbaarheid van de wegwijzers en voor een eenvormige stijl. U kunt het parcours ook met tape op de vloer uittekenen.

### SAMENVATTING

Met een vrije flow en een parcours zonder bezoekersstromen in tegengestelde richtingen voorkomt u opstoppingen en chaos. Bekijk uw parcours kritisch, leg knelpunten bloot en zoek waar nodig alternatieven. Hou rekening met minder mobiele mensen.



## Deelnemer Dag van de Zorg aan het woord

“De krachten bundelen voor  
een regionale zorgroute”

“Het OCMW Wingene heeft aan de Dag van de Zorg deelgenomen met het Sociaal Huis en met het OCMW-woonzorgcentrum. In onze regio namen ook twee woonzorgcentra van de GVO-groep deel. We hebben spontaan contact met elkaar genomen. Het werd een succesverhaal: openbaar en privé initiatief die de krachten bundelen. We konden een beroep doen op de expertise en ervaring van de gemeentelijke Vrijtijdsdiensten en op de logistieke ondersteuning van de gemeentelijke Technische dienst.

Na een brainstormsessie besloten wij om samen een ‘zorgroute’ uit te stippelen, naar het voorbeeld van de ‘sneukelroutes’. Wie minstens twee van de vier locaties bezocht, maakte kans op een mooie prijs: een familieabonnement voor het recreatiebad De Alk in onze gemeente. Even hebben wij overwogen om een pendelbus of een huifkar in te leggen, maar uiteindelijk hebben we dat niet gedaan. Toch blijft het een goed idee, zeker om ook minder mobiele mensen de kans te geven de verschillende locaties te bezoeken. Inwoners konden wel een beroep doen op de OCMW-mindermobielencentrale of op ziekenvervoer dat we vergoeden.

Ook inhoudelijk hebben we met zijn vieren afspraken gemaakt, zodat elke locatie een ander accent naar voren kon schuiven. Zo was er op één locatie een zorgbeurs met informatie over het brede zorgaanbod in onze regio, terwijl op een andere locatie vooral de nadruk lag op inleving in de zorg en nog elders was er een mooie fototentoonstelling. Het Sociaal Huis organiseerde een opendeurdag. Op die manier viel er voor de bezoekers telkens iets anders te beleven. Door

op Dag van de Zorg samen te werken toonden wij onze bevolking dat wij niet naast elkaar werken, maar elkaar versterken.

In aanloop naar de Dag van de Zorg organiseerden wij de week vooraf al heel wat activiteiten voor specifieke doelgroepen: rond dementie, over mantelzorg en zorgvrijwilligerswerk, noem maar op. We bundelden hiervoor de krachten met de logistieke, technische en vrijetijdsdiensten van de gemeente.

In samenwerking met een school hebben we ook het thema van de intergenerationale zorg onder de aandacht gebracht. Kinderen van het zesde leerjaar brachten een bezoek aan het woonzorgcentrum en praatten er met bewoners over het leven vroeger en nu. Op school maakten de kinderen achteraf een opstel hierover. Deze opstellen werden samen met foto's van hun bezoek aan het woonzorgcentrum tentoongesteld op de Dag van de Zorg.

We hebben een heel brede waaier aan activiteiten georganiseerd en met de diverse partners zorgden we ervoor dat een breder publiek kon kennismaken met onze diensten en hun diversiteit. Een recept dat we in toekomst nog wensen te herhalen.”

– Sabine Vermeire, coördinator Welzijn  
OCMW en Gemeente Wingene

## warme ontvangst

### 4. De perfecte gastheer/ gastvrouw

#### SIGNALISATIE

Om uw bezoekers een onvergetelijke dag te bezorgen, laat u niets aan het toeval over. Het onthaal moet uiteraard tot in de puntjes voorbereid zijn, maar ook op het vlak van veiligheid moet u de nodige voorbereidingen treffen.

Een goed onthaal begint met een duidelijke **bewegwijzering** naar uw organisatie of bedrijf. Bent u gemakkelijk te vinden? Is de weg naar de parking mooi aangegeleid?

Aan de toegang tot de parking kan het handig zijn om **parkeerwachters** te voorzien die kunnen helpen om vlot een plaatsje te vinden. Zorg ervoor dat de parkeerwachters hun werk vooraf goed plannen, zodat ze ook bij grote drukte hun rol optimaal vervullen. De parkeerwachters zijn vaak het eerste aanspreekpunt voor mensen met vragen. Het is daarom nodig dat ze goed op de hoogte zijn van de organisatie van de opendeurdag.

Geef uw bezoekers een **warme ontvangst**. Begroet de mensen met een glimlach, vertel ze in een paar woorden hoe de opendeurdag verloopt, geef ze eventueel een plannetje mee of een foldertje met informatie over wat er zoal te beleven valt. Denk eraan: zoals altijd bepaalt de kwaliteit en de sfeer van de ontvangst in hoge mate het verdere verloop. Het onthaal zet de toon.

Op **elke stand op het parcours** staan een of meer medewerkers om de bezoekers toelichting te geven. Onbemande standen worden niet op prijs op gesteld. Enthousiaste medewerkers die houden van hun job en geloven in uw organisatie zijn uw beste ambassadeurs.

De **signalisatie** op het parcours is belangrijk. Denk ook aan voldoende en goed aangeduid **sanitair**. Waar nodig kunt u met afspanningslint bepaalde ruimtes of delen van de infrastructuur afschermen, bijvoorbeeld om de privacy van mensen te respecteren.

Voorzie ook een **hulppost** voor eerste hulp bij ongevallen. Het kan altijd dat iemand onwel wordt of zich verwondt. Vraag eventueel de medewerking van het Rode Kruis op uw opendeurdag.

Aan **het eind van het parcours** kan een medewerker een kleine attentie meegeven aan de bezoekers of een folder of een drankbonnetje voor de cafetaria. Bedank de mensen expliciet voor hun bezoek en vraag gerust wat ze ervan vonden. Hou in de mate van het mogelijke meteen rekening met deze eerste en spontane feedback.

De mogelijkheid om na het bezoek nog even te verpozen bij een drankje in de cafetaria wordt erg op prijs gesteld door bezoekers.

#### AFSPRAKEN OVER KLEDIJ

Over de kledij van de onthaalmedewerkers en de andere medewerkers worden vooraf afspraken gemaakt. Het is vooral belangrijk dat de medewerkers aan de opendeurdag als zodanig herkenbaar zijn voor het publiek. Op de parking kan dat bijvoorbeeld door de parkingwachters een fluohesje te laten dragen. Aan het onthaal kunnen onthaalmedewerkers eventueel een uniform dragen. De kledijkeuze – uniform of niet, formeel of eerder informeel – hangt in hoge mate af van de organisatiecultuur. Uiteraard is iedereen presentabel en draagt iedereen het naamkaartje van Dag van de Zorg.

## warme ontvangst

### WIE VERWITTIGEN?

**Politie.** Neem vooraf contact met de politie van uw stad of gemeente om te melden dat u deelneemt aan de opendeurdag van Dag van de Zorg. Een opendeurdag kan op sommige plaatsen druk verkeer veroorzaken.

**Verzekeringen.** Hoe goed u ook bent voorbereid, er kan altijd iets fout lopen of iets onvoorziens gebeuren. Breng daarom uw verzekeringsmaatschappij op de hoogte van uw deelname aan de opendeurdag. Vraag of uw polis alle risico's van een opendeurdag dekt. Denk eraan dat uw organisatie of bedrijf verantwoordelijk is voor eventuele ongevallen. Dag van de Zorg vzw kan niet aansprakelijk gesteld worden.

**Gemeentebestuur.** Laat uw gemeentebestuur weten dat u deelneemt aan Dag van de Zorg en nodig het bestuur uit om een kijkje te komen nemen. In veel gevallen kunt u bij de gemeente ook materiaal lenen dat goed van pas kan komen.

**Brandweer.** Vraag de brandweer om even langs te komen en samen met u het parcours te bekijken. Is alles veilig? Zijn de nooduitgangen in orde? Is het gebouw voldoende bereikbaar in noodgeval? Laat niets aan het toeval over.

**Sabam.** Als u muziek speelt op uw opendeurdag, bijvoorbeeld in een cafetariacent, dan moet u misschien een auteursrechtenvergoeding betalen aan Sabam. Deze vergoeding is afhankelijk van heel wat criteria. Meer informatie vindt u op [www.sabam.be](http://www.sabam.be).

**Billijke Vergoeding.** Naast Sabam moet er soms ook aan de Billijke Vergoeding een bijdrage betaald worden. Ook hier spelen diverse criteria mee. Meer informatie op [www.bvergoed.be](http://www.bvergoed.be).

### SAMENVATTING

Om uw bezoekers een onvergetelijke dag te bezorgen, laat u beter niets aan het toeval over. Het totale plaatje moet juist zitten: van de bewegwijzering naar uw parking tot en met het afscheid na het bezoek. Denk ook aan de veiligheid van uw bezoekers en licht vooraf de nodige externe diensten in.



## Deelnemer Dag van de Zorg aan het woord

“Als de kinderen tevreden zijn,  
dan de ouders ook!”

“Speciaal voor de kinderen hebben wij op Dag van de Zorg een aantal leuke workshops georganiseerd. Zo konden kinderen mee met de ziekenwagen, een gips laten aanleggen of even langsgaan voor een ‘ongevallengrime’. In het kader van de gezondheidspreventie was er ook een voedingsworkshop voor kinderen. Zij leerden er om met fruit, noten en ander gezonde lekkernijen snoepbrochetten te maken. Die kinderworkshops hadden erg veel succes, en zoals je weet: als de kinderen tevreden zijn, dan de ouders ook!

Natuurlijk konden ook de ouders genieten van een hapje en een drankje, dat hoort nu eenmaal bij een opendeurdag. De opbrengst van de cafetaria hebben wij besteed aan een goed doel op onze afdeling palliatieve zorg.

Maar op Dag van de Zorg hebben wij ook aan onze medewerkers gedacht. Wij wilden ook hen eens in de bloemetjes zetten met een wellnessparcours op hun maat. Er was een visagiste en een pedicure, iemand gaf stijladvies, make-upadvies, kleurenadvies enzovoort. Wie moest werken op Dag van de Zorg kon tijdens de middagpauze even helemaal ontspannen. Onze medewerkers hebben dat heel erg op prijs gesteld.”

– Ann Willemans, Directeur Bedrijfscommunicatie en Patiëntenbegeleiding, Regionaal Ziekenhuis Heilig Hart in Leuven

## pers en promotie



### 5. Pers en promotie

#### DAG VAN DE ZORG

Met uw deelname aan de Dag van de Zorg bent u verzekerd van een sterk fundament voor de promotie van uw opendeurdag.

U krijgt van Dag van de Zorg een **uitgebreid communicatiepakket** met affiches, folders, uitnodigingen, digitale uitnodigingen en spandoeken. Uw organisatie krijgt ook een pagina op de website van Dag van de Zorg om uw organisatie voor te stellen en een pagina voor uw vacatures. De precieze samenstelling van uw communicatiepakket is afhankelijk van uw sector en van de grootte van uw organisatie.

Daarnaast wordt uw opendeurdag ondersteund door een overkoepelende campagne op nationaal en regionaal niveau. Dat gebeurt onder meer met de **Dag van de Zorgkrant** die als programmaboek verspreid wordt, met de website, met een online promotiecampagne en met regionale en nationale persconferenties.

Bovendien gaat aan Dag van de Zorg een grootschalige, inhoudelijke **mediacampagne** vooraf. Deze campagne wordt in overleg met en met input van de deelnemers voorbereid en wil zorg en welzijn op een positieve en assertieve manier op de kaart zetten. Ook tijdens deze campagne zal promotie gemaakt worden voor de evenementen op Dag van de Zorg.

Ten slotte werken ook de deelnemende koepelorganisaties en de sponsors mee aan de promotiecampagne die Dag van de Zorg en uw evenement onder de aandacht brengen.

#### EIGEN PROMOTIE

Uiteraard maakt elke deelnemende organisatie ook **promotie voor de eigen opendeurdag**. Dat gebeurt in de eerste plaats door de geleverde communicatiematerialen tijdig en op een goede manier te verspreiden: de uitnodigingen, de affiches, de folders en de spandoeken. Besteed hieraan de nodige zorg. Hoe zichtbaarder uw campagne, hoe groter het succes van uw opendeurdag.

Daarnaast beschikt elke organisatie over eigen communicatiekanalen die ingezet kunnen worden: de eigen website, social media, het personeelsblad, een extern magazine,... Ook uw medewerkers kunnen als ambassadeurs een grote rol spelen in de promotie van uw opendeurdag in hun familie en hun vrienden- en kennissenkring. Mond-tot-mond reclame blijft de beste publiciteit.

Laat zoveel mogelijk relaties weten dat u deelneemt aan de Dag van de Zorg. Maak gebruik van het logo van Dag van de Zorg, dat u op uw website kunt plaatsen, maar ook in uw e-mailhandtekening, op brieven, op advertenties, in persberichten en zo meer. Gebruik ook de uitnodigingen die u van Dag van de Zorg krijgt. Breng vooraf uw adressenbestand in orde.

Vergeet ook niet om de pers uit te nodigen op uw Dag van de Zorg.

Neem nog eens uw lijstje met **doelstellingen en doelgroepen** ter hand. Zorg ervoor dat u elke doelgroep tijdig en via de juiste kanalen uitnodigt. Zet u sterk in op uw vacatures, dan kan het interessant zijn om uw evenement ook aan te kondigen via de scholen en om laatstejaarsstudenten uit te nodigen. Hebt u bouwplannen die mogelijk wat overlast kunnen veroorzaken voor de buurt? Nodig dan zeker de buurtbewoners expliciet uit, maar ook de gemeenteraadsleden en de lokale pers. Wat ook uw doelstellingen zijn, het loont altijd de moeite om even stil te staan bij de specifieke doelgroepen die hieruit voortvloeien en de manier waarop u die doelgroepen het best kunt bereiken.



## Deelnemer Dag van de Zorg aan het woord

### “Mooie liedjes lokken veel bezoekers”

“Als amateurmuzikant zat ik al langer met een leuk refrein voor een lied in mijn hoofd. Dag van de Zorg leek mij de ideale gelegenheid om daar iets mee te doen. We hebben een lied gemaakt met als titel ‘Molenstee wenkt’, waarmee we nieuwe bewoners welkom heten en op hun gemak stellen in hun nieuwe woonst. Bij de muziek hebben we een clipje opgenomen over het leven zoals het is bij ons in Molenstee. We hebben het lied met de clip op onze website en op YouTube gezet en gebruikt om mensen uit te nodigen op onze opendeurdag. Ook in onze persberichten naar aanleiding van onze deelname aan Dag van de Zorg hebben we over ons lied verteld. Een aantal media hebben dat verhaal opgepikt en erover geschreven. Ons lied is ook een paar keer op de lokale radio gespeeld.

Dat heeft zijn effect niet gemist. Hoewel wij een klein woonzorgcentrum zijn met een 60-tal bewoners mochten wij veel bezoekers ontvangen. We hebben ons lied op Dag van de Zorg officieel voorgesteld. We hebben zelfs professionele cd’s laten maken. Ondertussen hebben wij er al 260 exemplaren van verkocht, waarmee we helemaal uit de kosten zijn. Eind dit jaar willen we met de opbrengst van de cd een verwenarrangement kopen voor onze bewoners en nog wat kleine extraatjes.

Onze bewoners verdienen dat, want ze hebben ook actief meegewerkt aan onze Dag van de Zorg. Onze bewoners getuigen graag over hun leven hier in Molenstee!

We zijn Dag van de Zorg een uurtje vroeger begonnen dan officieel was aangekondigd. Om 9 uur hadden we namelijk de gemeenteraadsleden, mensen van de provincie, de pers en andere VIPS uitgenodigd. Dat heeft heel goed gewerkt. Zij kregen ons lied te horen en mochten daarna als eersten ons parcours volgen. Het was het begin van een feestelijke dag!”

– Olivier Soil, deskundige in animatie  
OCMW-wzc Molenstee in Kampenhout

## pers en promotie

### ZO HAALT U DE PERS MET UW OPENDEURDAG

Dag van de Zorg brengt heel wat media-aandacht teweeg. Regionale en nationale kranten, week- en maandbladen, radio- en televisiezenders berichten erover. Ook uw organisatie kan mee surfen op deze golf van positieve aandacht. Iedereen wil graag met zijn opendeurdag in de pers komen. Hoe maakt u het meest kans op slagen? Enkele tips:

- Om te beginnen: laat de pers weten dat u deelneemt aan de Dag van de Zorg en wat u doet. De organisatie achter Dag van de Zorg informeert de pers overkoepelend, maar als u met uw organisatie in de pers wilt komen, moet u ook zelf actie ondernemen.
- Vraag bij uw gemeentebestuur de lijst met regionale perscontacten. Dan hebt u meteen enkele interessante namen en contactgegevens.
- Informeer de pers tijdig. Dagbladen en regionale pers kan je best een tweetal weken vooraf contacteren, maar voor sommige magazines moet je er veel vroeger bij zijn. Heeft jouw stad of gemeente een eigen magazine? Neem hier zeker tijdig contact mee, zodat uw opendeurdag hierin opgenomen wordt.
- Voeg extra nieuwswaarde toe aan uw opendeurdag. Dat u deelnemer bent aan Dag van de Zorg is op zich al een berichtje waard, maar u verhoogt uw kansen op een artikel in de krant als u iets extra’s te vertellen hebt. Hebt u bouwplannen? Biedt u een nieuwe dienstverlening aan? Hebt u de opendeurdag op een originele manier samen met de bewoners voorbereid? Doet u tijdens uw opendeurdag iets voor een goed doel? Hoe sterker uw ‘verhaal’, hoe groter de kans dat de pers het oppikt.
- Schrijf een persbericht volgens de regels van de kunst. (zie hierna)
- Val op! Wilt u de regionale televisie overtuigen of een artikel met een mooie foto versieren in een krant, bedenk dan een actie die voldoende ‘fotogeniek’ is. De kans is klein dat de regionale televisie naar uw persconferentie komt als daar niets bijzonders te zien is. De opdracht van de journalist is om leuke, beklievende, unieke of verrassende beelden te maken die een breed publiek kunnen boeien. Het is uw opdracht om de journalist hierbij te helpen. Zorg dat er iets te filmen valt. Organiseer een ludieke of opvallende actie. Laat uw creativiteit de vrije loop.
- Hebt u een persbericht verstuurd? Zorg voor een goede opvolging. Bel de journalisten de dag erna even op, vraag of ze uw bericht goed ontvangen hebben en of ze bijkomende informatie, een interview of fotomateriaal willen. Laat weten dat u beschikbaar blijft voor alle verdere informatie en geef uw gsm-nummer.
- De (regionale) televisie- en radiozenders houden elke morgen redactievergadering. Pas dan wordt definitief beslist welke items die dag aan bod zullen komen. Als u een ludieke actie plant of een persconferentie waar iets bijzonders te filmen is, aarzel dan niet om de dag ervoor en ’s morgens vroeg nog even naar de redactie te bellen om uw actie vriendelijk en enthousiast onder de aandacht te brengen. Zeg ook duidelijk wat er te filmen valt en waarom de pers zeker niet mag ontbreken.
- Nodig de pers ook uit om uw voorziening te komen bezoeken op Dag van de Zorg. Zeg dat ze u mogen opbellen als ze aankomen. Dan kunt u zorgen voor een goede ontvangst en een persoonlijke rondleiding. En wie weet verschijnt de dag erna een mooie reportage over uw opendeurdag.



## pers en promotie

### ZO SCHRIJFT U EEN PERSBERICHT DAT WERKT

- Verzin een sterke, in het oog springende titel.
- Geef in de inleiding een duidelijk antwoord op de vragen wie, wat, waar, waarom, wanneer en hoe.
- Beperk uw persbericht tot één of anderhalve pagina.
- Verzorg uw taalgebruik, vermijd taal- en spellingsfouten.
- Vermeld een contactpersoon voor de pers, met een telefoonnummer waarop de contactpersoon vlot te bereiken is.

### SAMENVATTING

Dag van de Zorg vzw organiseert een grootschalige overkoepelende campagne om uw opendeurdag aan te kondigen. Daarnaast voert u uiteraard ook zelf promotie voor uw evenement. Hou daarbij rekening met de doelstellingen en de doelgroepen die u vooropstelt.

### HOEVEEL BEZOEKERS MAG IK VERWACHTEN?

Het aantal bezoekers aan een opendeurdag is erg moeilijk te voorspellen. Veel hangt af van uw aanbod: neemt uw ziekenhuis met quasi alle afdelingen deel of alleen met de medische beeldvorming? Gunt uw organisatie het publiek een blik achter de schermen of beperkt u zich tot een jobdag voor studenten? Valt er iets te beleven voor het publiek, iets interactiefs, iets feestelijks, iets voor de kinderen misschien? Het hoeft niet altijd spectaculair te zijn, maar bezoekers komen alleen als ze ervan overtuigd zijn dat het moeite loont om te komen.

Een aantrekkelijk aanbod is echter niet voldoende, de mensen moeten er ook van op de hoogte zijn. Besteed de nodige aandacht aan de bekendmaking van uw opendeurdag. Dag van de Zorg helpt u daarbij.

Daarnaast zijn er ook externe factoren, waar u minder vat op hebt: de weersomstandigheden bijvoorbeeld.

Toch enkele richtcijfers: de ervaring leert dat ziekenhuizen dikwijls tussen de 2.000 en de 4.000 bezoekers over de vloer krijgen. Woonzorgcentra halen doorgaans 400 tot 900 bezoekers, maar in veel gevallen is dat ook het maximum wat een woonzorgcentrum aankan. Hoe groter en bekender een bedrijf of een organisatie, hoe meer mensen erop afkomen.

Kan uw organisatie maar een erg beperkt aantal bezoekers aan, bijvoorbeeld omwille van de veiligheid? Dan kunt u overwegen om met inschrijvingen te werken. Doe dat echter alleen als het nodig is, want het brengt heel wat extra administratie en organisatie met zich mee en u zult hoe dan ook mensen moeten teleurstellen.



## Deelnemer Dag van de Zorg aan het woord

### “Eruit springen in de pers”

“De Tandem is een dienst Thuisbegeleiding voor personen met een verstandelijke beperking. Als kleine organisatie met beperkte middelen wilden wij onszelf op de Dag van de Zorg toch ook stevig op de kaart zetten. Wij wisten dat we eruit moesten springen om op te vallen. Gewoon een persbericht sturen volstaat niet meer om de pers te halen.

Na een brainstorm hebben we besloten om de politici van Gent bij een ludieke actie te betrekken. We hebben alle schepenen en gemeenteraadsleden uitgenodigd om deel te nemen aan een tocht met tandems naar het stadhuis van Gent. Een zestal schepenen en enkele gemeenteraadsleden reageerden positief. Ook een aantal personen met een verstandelijke beperking fietsten mee.

Enmaal de ludieke actie was uitgedacht, heb ik de pers bestookt met mailtjes en telefoons. En met resultaat. Verschillende kranten waren op het appèl. Ook de regionale televisie maakte een reportage, niet alleen over de ludieke actie, maar ook over de werking van De Tandem. Naar aanleiding van die reportage hebben we verschillende reacties gekregen, onder meer van mensen die op zoek waren naar thuisbegeleiding.

De pers inzetten werkt dus wel degelijk, maar je moet er tijd en energie in steken. Je moet opvallen tussen al de rest. Dat vergt creativiteit en opvolging, maar het loont de moeite, zeker voor kleine organisaties met beperkte middelen.”

– Griet Gyselinck, logistiek-administratief verantwoordelijke vzw De Tandem in Sint-Amandsberg, Gent

## sociale media

### 6. Sociale media

Kunnen we ons nog een leven voorstellen zonder sociale media? Wellicht niet. Ook bij het uitzetten van de nieuwe campagne van Dag van de Zorg 2022 vormt online marketing een belangrijk onderdeel in het volledige communicatieplan. Zowel Facebook, Twitter, Instagram als LinkedIn worden ingezet om Week en Dag van de Zorg te promoten. Het zijn waardevolle kanalen in de communicatiemix van dit event. Maar ook Youtube, Tiktok en andere platformen kunnen aan bod komen.

#### STAPPENPLAN

Vele organisaties zijn uiteraard al een tijdje vertrouwd met het opzetten van een social media plan. Maar hieronder toch nog even kort het stappenplan waar je zeker en vast aandacht moet voor hebben.

Sowieso starten we met het bepalen van de **doelstelling**. Wat wil je organisatie bereiken met de campagne? Wat wil je vertellen, wat is de kernboodschap? En uiteraard: **wie** wil je bereiken? En waar bevindt zich die doelgroep? Op welke social media kanalen zijn ze actief?

Bekijk niet alleen wat past bij jouw campagne, maar houd rekening met waar jouw doelgroep zich bevindt. **Wat** je post (boodschap) is natuurlijk essentieel. Maar ook de “verpakking”, de **vorm** is niet onbelangrijk. Wordt het video, kies je voor afbeeldingen of ga je vooral tekstuele content maken? En **wanneer**? Timing is daarbij cruciaal. Bepaal wanneer je jouw social media content wil gaan plaatsen voor maximaal effect.

#### AANDACHTSPUNTEN

- Herkenbaarheid is belangrijk. Denk aan de **branding** van uw organisatie en zorg dus dat de visuele elementen op elkaar zijn afgestemd.
- Speel in op de actualiteit: de campagne van Week en Dag van de Zorg worden eind februari 2022 gelanceerd. Door je eigen social media campagne daar op af te stemmen, versterk je onze gezamenlijke boodschap.
- Interactiviteit werkt altijd. Ook op sociale media via bijvoorbeeld een wedstrijd of een interactieve actie.

- Zeg wat er te beleven valt op de opendeurdag. Zijn er speciale activiteiten? Dan kan je die uiteraard als trigger gebruiken op de sociale media kanalen.

#### TIPS

- Visuals, visuals, visuals: binnen 3 dagen herinnert slechts 10% van de mensen jouw tekst. Gebruik je goede, passende beelden, dan wordt dit 65%! Daarnaast helpt een visueel ook beter om je boodschap over te brengen. En heb je tijd om een video te maken? Dat werkt des te beter!
- Niet te veel tekst: het lijkt heel gemakkelijk, maar het is moeilijker dan je denkt. Social media is vluchtig en krachtig. De berichten die hierop gepost worden moeten dus kort en krachtig zijn.
- Regelmaat: zorg voor actieve social media kanalen en post regelmatig iets.
- Don't copy. Create. Alleen originele content wordt echt beloond. Dit geldt zowel in het applausratio (aantal likes) op social media als in de ranking van Google.
- Vertel wat het publiek wil horen.
- Maak gebruik van UTM-codes bij het posten van social media berichten als je gebruik maakt van links naar de website van je organisatie. Hierdoor kan je de activiteit en traffic van je social media bronnen in Google Analytics meten en kan je een campagne goed evalueren.
- Sluit alle communicatie-activiteiten op elkaar aan. Website, social media, nieuwsbrieven, magazine,... Zorg dat alles op elkaar is afgestemd. Gebruik zeker ook onze hashtags #weekvandezorg en #dagvandezorg in combinatie met #preventie en/of #komerbijendans en/of #zorgbabbels.
- Analyseer en leer: online marketing plannen zijn geen statische plannen. Het verandert dagelijks, het verandert door wetgeving, introductie van nieuwe social media, concurrentie,... Wat vandaag werkt, hoeft morgen niet te werken en andersom. Blijf daarom je social media content analyseren en zorg dat je van je fouten leert.

## De dag zelf

### 7. D-Day Dag van de Zorg

#### VOOR DE EERSTE BEZOEKER KOMT

Uiterlijk een half uur voor de aanvang staat iedereen paraat. Elk team (parking, onthaal, parcours, catering,...) kent zijn directe verantwoordelijke. Iedereen kreeg een duidelijke briefing.

Het is belangrijk dat er op de opendeurdag **één algemene coördinator** of verantwoordelijke wordt aangesteld. Deze verantwoordelijke bewaart het overzicht en delegeert taken. Alle communicatie verloopt via de coördinator. Hij geeft de communicatie indien nodig door en blijft op deze manier altijd op de hoogte van het hele gebeuren.

Een handig hulpmiddel in de communicatie zijn de DECT-toestellen in veel voorzieningen. Een alternatief zijn walkietalkies

Zorg ervoor dat elke medewerker **een lijstje bij zich heeft met de DECT-, de telefoon- en de gsm-nummers** die hij nodig zou kunnen hebben. Voor de meeste medewerkers zal het interne nummer van hun directe verantwoordelijke volstaan. Maar de algemene coördinator heeft een uitgebreidere lijst nodig, met bijvoorbeeld de nummers van de directieleden, van alle deelverantwoordelijken aan wie hij kan delegeren (parking, onthaal, catering,...), van de externe leveranciers voor de opendeurdag en van de hulpdiensten. Druk alle medewerkers aan de opendeurdag op het hart om hun DECT-toestel bij zich te hebben en aan te zetten, zodat u ze vlot kunt bereiken indien nodig.

Een **gedetailleerd draaiboek** – ook wel de regie genoemd – is geen overbodige luxe. Per element – de ontvangst op de parking, het onthaal van de mensen, de start van het parcours,... – worden hierin stap voor stap en in chronologische volgorde de taken opgesomd die uitgevoerd moeten worden. Bij iedere taak staat de naam van een eindverantwoordelijke.

Het is niet nodig om elke medewerker het volledige draaiboek te bezorgen. Het is handiger om een medewerker alleen dat deel te bezorgen dat voor hem/haar van toepassing is. Een medewerker die mee instaat voor een vlot verloop op de parking hoeft de detailplanning van de catering niet bij zich te hebben.

#### ALS DE LAATSTE BEZOEKER VERTROKKEN IS

Als de laatste bezoeker uw organisatie verlaten heeft, zult u allicht moe maar tevreden zijn. Toch is er nog werk aan de winkel.

De standen moet opgeruimd worden, de afspanningslinten en de informatieborden weggehaald. De schoonmaakploeg moet immers ook haar werk nog kunnen doen. Denk eraan om de wegwijzers naar uw voorziening of bedrijf zo snel mogelijk na Dag van de Zorg opnieuw te verwijderen. Hou met al deze zaken vooraf rekening in uw planning, want vaak worden ze over het hoofd gezien.

Ook de volgende dagen hebt u nog wat omhanden. Vergeet niet om alle medewerkers en vrijwilligers aan de opendeurdag expliciet en hartelijk te bedanken voor hun inzet. Stuur ook externe diensten een bedanking voor hun medewerking: het Rode Kruis, de gemeente, de politie, de brandweer, externe leveranciers,... Eventueel kunt u foto's of een filmpje plaatsen op uw website of op een Facebookpagina. Of u kunt een artikel aan uw opendeurdag wijden in uw personeelsblad of uw extern magazine.

Hebt u een wedstrijd georganiseerd? Handel die zo snel mogelijk af. Breng de winnaars op de hoogte en plaats een berichtje op uw website.

Post sfeerfoto's en een dagverslag op uw social media kanalen.

## De dag zelf

Laat de pers meteen na de opendeurdag weten hoe de dag verlopen is. Hoeveel bezoekers hebt u gehad? Was dat naar verwachting? Waar waren de bezoekers het meest positief over? Is alles vlot verlopen? Dat soort informatie kan de plaatselijke pers interesseren en kan soms leiden tot een bijkomend artikeltje over uw organisatie.

Hou de komende dagen trouwens sowieso de pers in de gaten. Wordt er over uw opendeurdag bericht? Hoe is de teneur? Verschijnen er reacties op blogs of Facebookpagina's? Het is interessant om al deze informatie te verzamelen en bij te houden, ook voor de evaluatie.

### SAMENVATTING

Uw opendeurdag wordt een succes dankzij een goede voorbereiding en een goede communicatie, ook op de dag zelf. Als de laatste bezoeker vertrokken is, is het werk nog niet afgelopen. Zorg voor een goede afhandeling.

### HOEVEEL BEZOEKERS KWAMEN ER BIJ U LANGS?

Het is voor uzelf, voor uw medewerkers, voor de pers en voor Dag van de Zorg erg interessant om te weten hoeveel bezoekers u over de vloer gekregen hebt.

Er zijn verschillende manieren om de bezoekers te tellen. U kunt iemand aan het onthaal met deze taak belasten, maar u kunt dikwijls ook voortgaan op andere zaken.

Geef u iedereen een drankbonnetje? Hou dan netjes bij hoeveel bonnetjes er uitgedeeld zijn en u kent meteen het aantal bezoekers.

Deelt u folders uit aan het onthaal? Hou bij hoeveel folders er uitgedeeld zijn en doe dat getal maal drie om het totaal aantal bezoekers te kennen.

Geef u de bezoekers bij het verlaten van uw organisatie nog een kleine attentie mee? Ook het aantal gadgets kan een basis vormen om het aantal bezoekers te berekenen.

Dag van de Zorg zal deze bezoekersaantallen ook bij u opvragen.

8.  
2024...  
13<sup>e</sup> editie van  
Dag v/d Zorg



## Dag v/d Zorg 2024

Dag van de Zorg is al lang meer dan een opendeurdag alleen. De week in aanloop naar Dag van de Zorg organiseert onze vzw de Week van de Zorg. Dan wordt de zorg- en welzijnssector alle dagen positief in de kijker gezet door te verbinden en te informeren. Met vooral aandacht voor de medewerkers uit de sector, de vrijwilligers en de mantelzorgers, want zij dragen dag in dag uit zorg voor wie zorg nodig heeft.

### WEEK VAN DE ZORG THEMA: TROEVEN VAN DE ZORG

Een week bestaat uit 7 dagen. Dat houdt dus in dat we tijdens de Week van de Zorg als het ware 7 Dagen van de Zorg organiseren. We starten op maandag 11 maart 2024 en eindigen met de opendeurdag op zondag 17 maart 2024. Tijdens die week organiseren we samen met onze mediapartner VRT een roadshow door Vlaanderen. Met aandacht voor de volledige sector en in het bijzonder voor zorgprofessionals, vrijwilligers en mantelzorgers.

Er staan nog talloze activiteiten gepland waar uw organisatie uiteraard kan aan participeren. Het volledige schema en programma komt vanaf februari 2024 online op [www.dagvandezorg.be](http://www.dagvandezorg.be).



## Deelnemer Dag van de Zorg aan het woord

“De voldoening was enorm”

“Wij hebben getwijfeld om deel te nemen aan de eerste Dag van de Zorg. Wij wilden geen opendeurdag waar bezoekers nieuwsgierig achter een lint voorbijkomen langs de verschillende locaties. Toch besloten wij om deel te nemen. Ten eerste omdat wij het beeld dat mensen hebben over onze voorziening wilden bijstellen. Sommigen dachten dat wij een ‘gesticht’ zijn, anderen dachten dat wij uitsluitend kinderen opvingen. Nog anderen hadden er helemaal geen idee van wat er tussen de muren van onze voorziening gebeurde. Een tweede motivatie was de zoektocht naar nieuwe medewerkers. Een bijkomend positief effect was de versterking van onze naambekendheid door de publiciteit.

De boodschap die wij wilden brengen was: ‘het is hier goed om te werken, er gebeurt hier heel veel, er is een variatie aan jobs’. Hoe hebben we dit gerealiseerd?

De bezoekers zijn door een gids meegenomen naar verschillende locaties: een leefgroep, de vernieuwde wasserij, de keuken, activiteitenlokalen. We toonden therapeutisch materiaal en de snoezelruimte. Er was een infostand over tewerkstellingsmogelijkheden en vrijwilligers en een boekenstand waar de aanwezigen een kleine attentie ontvingen. Op alle plaatsen gaf een medewerker van de betrokken dienst ter plaatse een korte uitleg. Op die manier legden we onze eigen accenten en zagen de bezoekers uitsluitend wat wij wilden. De gidsen zorgden voor een vlot ‘verkeer’ van de bezoekersstroom.

Om deze organisatie mogelijk te maken hadden we heel wat medewerkers nodig. Ruim 60 vrijwilligers (bijna uitsluitend personeelsleden) boden zich aan om te helpen bij het gidsen en andere taken.

Vooraf hadden wij aan de ouders van onze bewoners op de hoogte gebracht. Er was slechts bij een paar enkelingen een bezwaar voor dit bezoek. Deze bewoners gaven

wij die dag dan ook een andere opvang. Om de rondleidingen praktisch mogelijk te maken, vormden wij groepen van 20 personen. Om de 10 à 15 minuten vertrokken telkens twee groepen, elk langs een ander parcours. In de voormiddag en kort na de middag is dit zeer vlot verlopen. Tussen 14 en 15 uur was er echter zeer veel volk en moesten we de groepen noodgedwongen groter maken. Ondanks de grote drukte is alles uiteindelijk vlot verlopen. De 800 bezoekers waren opgetogen over wat zij gezien en gehoord hebben. Vooral de betrokkenheid en de grote zorg voor de bewoners heeft hen getroffen. Zij waren vol lof over de organisatie en het professionalisme van de medewerkers.

Wijzelf kijken met grote voldoening terug op onze deelname aan de Dag van de Zorg. Het aantal bezoekers lag hoog: 800. De tevredenheid van de bezoekers was groot. Dat bleek uit vele spontane reacties, maar ook uit de korte schriftelijke getuigenissen die velen gedaan hebben. De bezoekers die ons nog niet kenden hebben een correcter beeld gekregen van ons centrum. Het profiel van de bezoekers was heel divers: zowel totaal vreemden als familieleden en kennissen van medewerkers, maar ook professionelen van andere organisaties. Ons dienstverleningscentrum is in tal van publicaties opgenomen: regionale pers, plaatselijke kranten, Facebook, de publicaties door de organisatie zelf verzorgd. Dit was goed voor onze naambekendheid.

Wat misschien het meest deugd deed was het grote enthousiasme en de vrijwillige medewerking van de medewerkers. Vooraf was er enige zenuwachtigheid te bespeuren. De inzet, de wil om het ‘goed’ te doen, was enorm. Dit gaf een boost voor iedereen die betrokken was. Deelnemen aan Dag van de Zorg gaf een kick. De voldoening achteraf was enorm.”

– Theo Verwaeren, coördinator Dag van de Zorg in DVC Heilig Hart, Deinze/Bachte-Maria-Lerneer



*dag v/d*  
**zorg**

## Contact

**Dag van de Zorg vzw**  
Lievestraat 6 9000 Gent  
09-224 06 84  
info@dagvandezorg.be  
www.dagvandezorg.be