



## Kommunikation til forskellige målgrupper

En frivilligorganisation har mange forskellige samarbejdspartnere, og derfor er det vigtigt at have sine målgrupper med i overvejelserne, når man kommunikerer. En tekst eller en video rammer nemlig meget bedre, hvis den er skrevet til en specifik målgruppe. Et godt huskeråd er, at frem for at tænke på, hvad du gerne vil fortælle, så tænk på hvad modtageren har brug for at vide.



### Kommunikation til frivillige:

Når man skal hverve nye frivillige, så er det vigtigt at have noget, som man kan give dem med i hånden, om som de kan læse, når de kommer hjem. Derfor har vi lavet en folder, som fortæller om ReThinker og det fællesskab, som man kan blive en del af.

[Se folderen her](#)

### Kommunikation til virksomheder:

Det er lige så vigtigt at have noget materiale, som man kan give til virksomheder, som kunne have en interesse i at bruge frivillige. For virksomhederne skal også hjælpes lidt på vej, når de skal forstå, hvordan vi kan hjælpe. Vi har valgt at lave kommunikationen til virksomhederne som et lille visitkort, hvor de kan scanne en QR-kode og læse mere. Det har vi gjort for at ramme en kommunikationsform, som virksomhederne kender til.

[Se visitkortet her](#)

### Kommunikation til lokale:

Når frivilligorganisationen er en del af et destinationsselskab, som den er i vores tilfælde, så er det vigtigt for de frivillige at forstå, hvad de er en del af. Der står blandt andet VisitAarhus på de frivilliges jakker, og derfor får de også spørgsmål om VisitAarhus. Men de frivillige skal ikke være eksperter, og de skal heller ikke stå på mål for VisitAarhus. Derfor har vi lavet en folder, som de kan have med sig ud, som fortæller lidt om VisitAarhus. Den kan de så aflevere, hvis de får spørgsmål eller lignende.

[Se folderen her](#)