

## Infoblad 7.7

---

### RELATIEBEHEER

Op dit infoblad vind je informatie over:

- [Doel](#)
- [Om welke relaties gaat het?](#)
- [Onderhouden van relaties](#)
- [Registeren van relaties](#)

Het is belangrijk dat je beheerteam aan relatiebeheer doet. Goede contacten met je eigen mensen en met de lokale gemeenschap, politiek, leveranciers, de regio, buren en andere organisaties zijn van groot belang.

#### Doel

Door de relaties met alle doelgroepen goed te onderhouden, draag je bij aan het voortbestaan van je kampeerterrein. Die continuïteit is het doel dat je nastreeft met het onderhouden van relaties. Als je systematisch bezig bent die relaties te onderhouden, doe je aan public relations. De Beroepsvereniging voor Communicatie geeft de volgende definitie van dat begrip: *PR is het stelselmatig bevorderen van wederzijds begrip tussen een organisatie en haar publieksgroepen.* PR bedrijven is dus een systematische bezigheid. Je moet dat niet alleen doen als het je eens een keer goed uitkomt. Er moet een plan aan ten grondslag liggen. PR is dus geen vrijblijvend gebeuren. Door het goed te doen, kweek je vertrouwen. Het gaat in dit geval overigens om wederzijds vertrouwen. Het is geen eenzijdig najagen van je eigen belangen.

Laat je door het woord 'publieksgroepen' niet van de wijs brengen. Je zou denken dat je je bij PR uitsluitend richt op de buitenwereld. Maar een bekend gezegde luidt: je beste klanten zitten binnen. Interne doelgroepen hebben voorrang op de externe.

#### Om welke relaties gaat het?

Maak voor het onderhouden van je relaties een plan. Ga daarvoor eerst op zoek naar de relaties (doelgroepen) waarmee je te maken hebt. Wie zijn voor je kampeerterrein van belang? Interne doelgroepen zijn bijvoorbeeld: leden van het stafteam en de kampeerstaf. Bij externe relaties kun je denken aan een groot aantal personen en organisaties. Enkele voorbeelden zijn:

- lokale politiek: Burgemeester en Wethouders, raadsleden;
- gemeenteambtenaren: ruimtelijke ordening, milieu, handhaving;
- brandweer en politie;
- lokale pers;
- terreineigenaar en eigenaars aangrenzende terreinen;
- lokale natuureducatie- of beheerorganisaties;
- leveranciers, aannemer, loodgieter, schilder;
- Scoutinggroepen en -regio;
- Scouting Nederland;
- VVV;
- beheerders andere kampeerterreinen en recreatieve instellingen;
- havenmeester.

#### Onderhouden van relaties

Van elke doelgroep schrijf je op in welke mate je contacten wil onderhouden. Het kan bijvoorbeeld zijn dat je drie keer per jaar contact wil hebben met de terreineigenaar. Dat zijn dan de geplande contacten. Het is goed mogelijk dat je behalve die drie keer elkaar

nog twee keer bij toeval ontmoet. Leg ook vast wat je in ieder contact wil melden (boodschap) en op welke manier het contact plaatsvindt (medium). Doe je dit met alle relaties, dan ontstaat er een matrix. In die matrix heb je dus precies in kaart gebracht hoe je met je relaties omgaat. Vervolgens komt het er dan natuurlijk wel op aan dat je je niet verslikt in de uitvoering van je plan. Hou de haalbaarheid steeds in het oog bij het opstellen van je plan. Als je zorgvuldig en systematisch met je relaties omgaat, krijgen ze een binding met het terrein. Je kweekt goodwill en relaties kunnen als ambassadeur van je terrein optreden.

Er zijn verschillende manieren om relaties te onderhouden. Afhankelijk van de persoon of organisatie kun je verschillende vormen kiezen. Voor de een is een folder geschikt, de ander kun je beter opbellen. Weer een ander is het best per e-mail te benaderen, potentiële gasten hebben veel baat bij een website die steeds actuele gegevens bevat. Zo zoek je bij iedere doelgroep een medium op maat.

Er zijn kampeerterreinen die de gasten van de afgelopen zomer een kerstgroet sturen, om zo te relatie te onderhouden. Hiermee kun je ze bijvoorbeeld wijzen op de mogelijkheid ook in het aankomende jaar van het terrein gebruik te maken.

Bij sommige relaties is het belangrijk iets meer te doen. Organiseer bijvoorbeeld voor de burens aan het begin van het seizoen een open huis of rondleiding over het terrein. Nodig tijdens het hoogseizoen het college van B en W uit om te laten zien wat er op je terrein allemaal gebeurt. Denk er bij belangrijke gebeurtenissen, zoals een jubileum, ook aan de relaties uit te nodigen.

Zoals je hiervoor al las, is het systematisch beheren van relaties gericht op het voortbestaan van de organisatie, van je kampeerterrein. Daarom is het belangrijk dat je dat plan niet alleen in je hoofd hebt maar het vastlegt, schriftelijk of digitaal. Daarmee is het namelijk overdraagbaar.

### **Registreren van relaties**

Relaties registreer je in eerste instantie op 'terreinniveau'. De gegevensbeheerder van je terrein kan de relaties registreren in de ledenadministratie van Scouting Nederland, Akela. Door deze administratieve maatregel geef je individuele personen of vertegenwoordigers van een organisatie een speciale status. Betreft het een organisatie, dan is het belangrijk een contactpersoon te laten registreren. Bij het vastleggen van relaties moet ook genoteerd worden welke rol deze persoon of instantie speelt of gespeeld heeft. Door de relaties te registreren zorg je ervoor dat het bestand overdraagbaar is. Ook kun je zo eenvoudig de adressen gebruiken voor bijvoorbeeld een nieuwsbrief of kerstkaart. Bedenk bij het uitgeven van een nieuwsbrief echter wel dat dit een arbeidsintensieve klus is. Vraag je ook af welke meerwaarde dat eigen product heeft en of de verhouding inspanning - resultaat goed is.