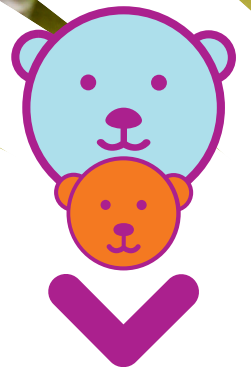




  
**Rijnbrink**  
Partner in het cultureel  
en sociaal domein



# BoekStart in de 'spotlights'

BoekStart

Juni 2017



BoekStart

# 1 INLEIDING

Afgelopen jaren is de programmalijn BoekStart actief uitgerold in bijna alle Bibliotheken. De fysieke plekken (Bibliotheek en kinderdagopvang (KOV) of het consultatiebureau) zijn een belangrijk contactmoment met de klant (jonge gezinnen met kinderen van 0-4 jaar). Om deze plekken actueel en aantrekkelijk te houden is het belangrijk om regelmatig nieuwe elementen van BoekStart toe te voegen.

Maar hoe zorg je nu voor een (nog) groter bereik van de klant en een terugkerend bezoek/gebruik op de plekken waar BoekStart actief is? In dit voorstel voor Bibliotheken beschrijven wij een BoekStart-klant die een klantreis maakt, want iedereen die een bezoek brengt aan de Bibliotheek, doorloopt een aantal stappen. We beschrijven steeds een andere 'BoekStart-klant' om zo aan te geven dat BoekStart voor iedereen toegankelijk is en moet zijn.



Foto: Bibliotheek Nuth



## 2 SCHIJF VAN VIER, MOMENTEN & MIDDELEN

Voorlezen is een leuke manier voor een ouder/opvoeder\* om contact te maken met zijn of haar baby. Door samen een boekje te lezen, versterkt de ouder/opvoeder de band met zijn of haar kind en werkt hij/zij aan de sociale, emotionele en cognitieve ontwikkeling van het kind.

Om BoekStart goed onder de aandacht te (blijven) brengen is een mooie kast met vrolijke boekjes en een likje verf op de muur niet voldoende. Het gaat hierbij om een integrale aanpak. Medewerkers (backoffice en frontoffice) spelen een grote rol, maar ook actuele maatschappelijke ontwikkelingen, de collectie en andere producten van de Bibliotheek. Daarnaast zijn de instore communicatie en inrichting van groot belang. Al deze bovengenoemde elementen zijn belangrijk voor een optimale klantreis. We noemen deze integrale aanpak: 'de schijf van vier'. De schijf van vier bestaat uit:

- Assortiment: centraal in de Bibliotheek staat wat je de klant aanbiedt. Dit is de collectie, het aanbod van workshops, cursussen en Taalhuizen. De Bibliotheek is tevens een plek om te werken en studeren.
- Inrichting: om de Bibliotheek optimaal te presenteren aan de klant, is niet alleen het meubilair belangrijk, maar ook het kleurgebruik, het plafond, de wanden en de vloer, de verlichting en de buitengevel.
- Marketing & Communicatie: voorafgaand, tijdens en na afloop, met de klant en met de medewerker. Instore communicatie en bijvoorbeeld de signing, in en rondom de Bibliotheek, zijn belangrijk. Goede signing, inrichting van de catalogus, instore communicatie en presentaties blijven de klantvraag voor. Deze communicatie is gericht op bezoekers en beïnvloedt bezoekers in het keuzeproces.
- Service/ Werkprocessen: alles draait om de klant. Processen zijn zo ingericht dat de klant veel zelf kan regelen, online of in de Bibliotheek. Medewerkers lopen rond, zijn proactief en zijn aanspreekbaar voor klanten. Daarnaast zijn er informatiepunten waar de klant terecht kan voor service, advies en informatievragen.

In dit document werken wij drie belangrijke momenten, in de klantreis, uit met de schijf van vier. Deze drie momenten zijn:

- het ophalen van het BoekStart-koffertje
- de fysieke plek van BoekStart
- terugkeren naar BoekStart

Digitale en geprinte middelen zijn van belang voor het bereiken van klanten. Op de website <https://bestellijst.boekstartpro.nl/> zijn vele materialen en folders voor ouders en laagtaalvaardige gezinnen te bestellen. Acties en activiteiten zorgen er ook voor dat je de klant daadwerkelijk bereikt.

*\*Hierna te noemen klant of klanten.*

## 3 OPHALEN



*Marieke heeft de BoekStart-voucher al een paar weken in huis liggen en heeft nu eindelijk tijd om met haar dochtertje Leentje naar de Bibliotheek te gaan. Binnen in de Bibliotheek, ziet Marieke BoekStart aangegeven staan. Ook valt haar oog op de medewerkster Sandra. Marieke loopt naar Sandra en vraagt waar ze de voucher kan inleveren. Sandra neemt de voucher aan, geeft Marieke een korte rond-leiding, schrijft Leentje in als nieuwe klant van de Bibliotheek en overhandigt het BoekStartkoffertje.*

### 3.1 Schijf van vier

#### *Assortiment*

Op de BoekStart-locatie moet het voor de klant duidelijk zijn wat BoekStart aanbiedt. Qua collectie, en qua cursussen, lezingen en workshops. Bijvoorbeeld door middel van een activiteitenagenda op een schoolbord, beeldscherm of banner bij de ingang van de Bibliotheek.

#### *Inrichting*

Bij binnenkomst in de Bibliotheek is helder waar BoekStart is en waar de klant zijn of haar voucher kan inleveren. Goede signing in de Bibliotheek is hierbij onmisbaar. Alles in lijn met de huisstijl van de brief en de voucher voor de herkenbaarheid. Je kunt bijvoorbeeld de beer van BoekStart op een strategische plek zetten, kinderstapjes op de grond maken die verwijzen naar de BoekStart-locatie of werken met beelden (van baby tot opgroeiend kind) die de weg wijzen. Ontbreekt het nog aan goede signing, zorg dan dat er altijd een medewerker aanwezig is die de klant naar BoekStart kan verwijzen. Daarnaast is een strategische plek voor de informatiebalie raadzaam.

#### *Communicatie*

De informatie in de brief is helder. Wat kun je halen, waarom en waar? De brief moet geen vragen oproepen, en voor iedereen, jong, oud, hoger en lager opgeleid, duidelijk zijn. Simpel communiceren is het devies, met een korte en heldere boodschap.

#### *Service/werkprocessen*

Klanten kunnen gemakkelijk vragen stellen aan een medewerker. Medewerkers zijn herkenbaar, servicegericht, geïnteresseerd en kunnen met iedereen (zowel lager als hoger opgeleiden) communiceren. Medewerkers spelen in op de behoeftes van de klant en schakelen snel. Zeker voor de laagtaalvaardige gezinnen die eindelijk over de drempel stappen en voor het eerst de Bibliotheek bezoeken, is een warme ontvangst en passende informatie heel belangrijk. Klanten moeten een reden hebben om terug te keren. Een goede (eerste) indruk, een fijne sfeer en zich welkom voelen, dragen hieraan bij. Om dit te creëren is het belangrijk dat een medewerker de klant ondersteunt in zijn zoekproces, geduldig is, advies geeft, en met alternatieven komt als dat nodig is. De medewerker schrijft de klant in, overhandigt het BoekStart-koffertje informeert de klant over de brede functie van de Bibliotheek en haar activiteiten. Daarnaast tonen medewerkers begrip voor de ontdekkingswereld van de kleintjes. Als een kind een boekje uit de kast pakt, dan staan zij hiervoor open en spreken het kindje niet belerend toe (zie protocol ontvangst ouders, paragraaf 3.5.7. in basisdocument en bijlage 6 basisdocument).



BoekStart

Het is van belang om blijvend aandacht te besteden aan service en werkprocessen. Dit kan op de volgende manieren:

- Tweejaarlijks een studiedag inplannen voor leesconsulenten over BoekStart en de ontwikkelingen van BoekStart
- Het aanwijzen van een BoekStart-coördinator per vestiging.
- Een training en/of opfriscursus organiseren voor medewerkers van de Bibliotheek over communicatie. Hoe kom je over, hoe communiceer je helder? (bijvoorbeeld een training van PAK Organisatieontwikkeling of InnerQi)
- Een training en/of opfriscursus organiseren voor medewerkers van de Bibliotheek die te maken krijgen met de komst van jonge ouders en baby's en de uitleen van babyboeken (bijvoorbeeld een training van Elly van der Linden). Zie scholing en opleiding, hoofdstuk 4 basisdocument.
- Een workshop instore communicatie organiseren in de Bibliotheek en Mediatheek (bijvoorbeeld een training van GO opleidingen).
- Het regelmatig inplannen van een intern BoekStart-overleg helpt om af te stemmen wie welke taken op zich neemt en hoe je klanten aanspreekt. Maak het overleg origineel door een jeugdspecialist te vragen om een lezing of advies te geven.

### 3.2 Communicatiemiddelen (tips & tricks)

Het doel dat je tijdens het ophalen wilt bereiken is *informer*. De klant wil geïnformeerd worden over wat BoekStart is en wat het betekent voor zijn of haar kindje.

#### Digitaal

- Een e-mail van de gemeente i.s.m. de Bibliotheek met een persoonlijke aanhef en heldere informatie wat BoekStart is en waar de klant terecht kan.
- Klanten continu informeren over het doel van BoekStart, door middel van:
  - o social media en website BoekStart
  - o social media en website Bibliotheken
  - o social media en website gemeente
- (Optioneel) Infographic: feiten van BoekStart kort op een rij; plaatsen op social media of sturen via e-mail.
- Herhaalde mailoproep (2x) vanuit de gemeente i.s.m. de Bibliotheek als het koffertje nog niet is opgehaald.
- Een filmpje over BoekStart dat je kunt tonen bij de gemeente of bij het consultatiebureau.
- 'De brochure BoekStart voor jou!' tonen in de Bibliotheek of bij het consultatiebureau. De brochure is te vinden op [www.boekstart.nl/magazine/](http://www.boekstart.nl/magazine/)
- Het tonen van (Boeken)tips bij de kofferboekjes in de Bibliotheek of bij het consultatiebureau. Deze (Boeken)tips zijn te vinden op <https://www.boekstart.nl/alle-tips/>

#### Print

- Een brief van de gemeente i.s.m. de Bibliotheek met een persoonlijke aanhef, heldere informatie, wat BoekStart is en waar de klant terecht kan.
- Informatie over BoekStart op het display van het consultatiebureau. Deze materialen zijn te bestellen op <https://bestellijst.boekstartpro.nl/> onder promotie.
- Een flyer over BoekStart die je kunt neerleggen bij bijvoorbeeld de ingang van de Bibliotheken, bij de ingang van het gemeentehuis, bij sportclubs, bij de kinderopvang, bij gastouders, bij het consultatiebureau en bij supermarkten.
- Folders en materialen van BoekStart zelf die je kunt neerleggen bij bijvoorbeeld de ingang van de Bibliotheken, bij de ingang van het gemeentehuis, bij sportclubs, bij de kinderopvang, bij gastouders, bij het consultatiebureau en bij supermarkten.
- (Optioneel) Infographic: feiten kort op een rij; meesturen met een brief.
- (Optioneel) Kostbaar, maar om in overweging te nemen: sandwichborden met het logo en activiteiten van BoekStart.
- (Optioneel) Kostbaar, maar om in overweging te nemen: posters bij bushokjes of treinstations met het logo en activiteiten van BoekStart.



BoekStart

### Activiteiten en acties

#### Maatschappelijk draagvlak

Hierbij is samenwerking met instanties als het consultatiebureau en de gemeente belangrijk. Voed hen steeds met relevante informatie en zorg ervoor dat ze betrokken blijven bij BoekStart.

- Bibliotheek Nuth: had moeite met het bereiken van jonge ouders in de kleinere kernen. Daarom hebben zij in de kleinere kernen een BoekStart-plek ingericht in de consultatiebureaus en in de bibliotheekvestigingen in de scholen.
- Een hoekje bij de kinderopvang of het consultatiebureau inrichten en daar op gezette tijden een BoekStart-coach aanwezig laten zijn (naar voorbeeld van Bibliotheek Rivierenland):
  - o [www.boekstartpro.nl/nieuws/item/7018/1365/BoekStart-coach%20in%20het%20consultatiebureau:%20laagdrempelige%20pilot%20Bibliotheek%20Rivierenland%20in%20consultatiebureau%20Tiel](http://www.boekstartpro.nl/nieuws/item/7018/1365/BoekStart-coach%20in%20het%20consultatiebureau:%20laagdrempelige%20pilot%20Bibliotheek%20Rivierenland%20in%20consultatiebureau%20Tiel)
- Een ‘inloopspreekuur’ voor ouders/opvoeders in de Bibliotheek en hen informeren over BoekStart (naar voorbeeld van Bibliotheek Rivierenland).
- Een hoekje bij elke kinderopvang binnen de gemeente inrichten (naar voorbeeld van Bibliotheek Katwijk): [www.boekstartpro.nl/nieuws/item/7015/1555/Uitrol%20BoekStart%20in%20de%20kinderopvang%20gemeentebreed%20in%20Katwijk](http://www.boekstartpro.nl/nieuws/item/7015/1555/Uitrol%20BoekStart%20in%20de%20kinderopvang%20gemeentebreed%20in%20Katwijk)
- Een actie met bijvoorbeeld de plaatselijke voetbalclub. Bij het ophalen van het koffertje ontvangt de klant een voetbal met het logo van de voetbalclub.



## 4 FYSIEKE PLEK

*Na het inschrijven van zijn kleinzoon Daan, gaat Kees met Daan even zitten bij de BoekStart -hoek en luistert naar een lezing over babygebaren. “Leuk”, denkt hij, “dat ga ik eens oefenen met Daan.” Op een banner naast de BoekStart-hoek ziet Kees ook dat er voorleesuurtsjes worden georganiseerd . Goed om te onthouden als hij weer ‘opa -dag’ heeft.*

### 4.1 Schijf van vier

#### Assortiment

Door het aanbieden van workshops en lezingen, in een informele setting, maak je BoekStart breder. Bijvoorbeeld een lezing over gebarentaal, muziek op schoot, ontwikkeling van baby tot peuter tot dreumes, opvoedkundige tips en het Mamacafé. Voor de afwisseling worden de workshops en lezingen steeds door verschillende medewerkers gegeven (roulatiesysteem) of door een ervaringsdeskundige (consultatiebureau, medewerker kinderopvang). Creëer een gezellig samenzijn in informele setting waar wordt voorgelezen, gezongen, lekker gespeeld en waar gezinnen tips kunnen krijgen over voorlezen. Aansluitend bied je gelegenheid om door te praten over opvoeding, tips en ideeën met elkaar uit te wisselen of adviezen te vragen. Enkele goede voorbeelden zijn:

- Boekjes & Koekjes in Lochem. Elkaar ontmoeten in gezellige sfeer, samen een boekje lezen en zingen en een boekje uitzoeken voor thuis.
- Boekjes & Babbels in Gorssel. Elkaar ontmoeten in gezellige sfeer, samen een boekje lezen en zingen en een boekje uitzoeken voor thuis.
- BoekStart bijeenkomst Doetinchem voor ouders/ grootouders of mensen die graag meer informatie willen over (voor)lezen met kleintjes.

Daarnaast kun je de collectie aanpassen op het thema van de activiteiten en passend maken voor de belevingswereld van kinderen:

- 0-3 maanden: liedjesboekjes.
- 3-6 maanden: zachte boekjes om in te bijten, boekjes met veel contrast en boekjes met verschillende materialen (knisperen).
- 6-9 maanden: boekjes met plaatjes, boekjes met verschillende materialen (knisperen) en boekjes met een geluidje.
- 9-12 maanden: stevige kartonnen boekjes, boekjes met plaatjes, liedjes-en versjesboekjes.
- 12-16 maanden: boekjes met een verhaaltje in plaatjes en dagritmeboekjes.
- 16-20 maanden: flapboekjes.

#### Inrichting

BoekStart moet toegankelijk en ouder- en babyproof zijn. Het is een plek waar klanten gemakkelijk met hun buggy en kinderwagen kunnen komen, andere klanten kunnen ontmoeten en informatie kunnen uitwisselen. Bij meerdere verdiepingen dient de lift groot genoeg te zijn. Lukt dat niet, probeer dan BoekStart op de begane grond te plaatsen, zodat het goed toegankelijk is. BoekStart kun je ook naast de peuter- en kleuterhoek plaatsen, voor meer interactie tussen de ouders en kindjes en voor het natuurlijke verloop, als in: het opgroeien van het kindje.

Jonge kinderen leren met hun lichaam. Ze verkennen hun omgeving door te grijpen, bewegen, proeven en ruiken. De zintuigen spelen een belangrijke rol in de ontwikkeling. Alles wat een baby ziet, hoort, voelt, aanraakt, proeft en ruikt, biedt een basis voor het leren in de toekomst. Baby's die opgroeien in een omgeving waar de zintuigen volop geprikkeld worden, maken meer neurale verbindingen in het brein aan. Deze verbindingen zijn essentieel bij het ontwikkelen van intelligentie. De omgeving moet hierop zijn aangepast. Kindjes moeten daarom kunnen liggen en rollen. Denk hierbij aan de aanwezigheid van een speelmat, speelgoed passend bij de leeftijdsgroep, kinderstoelen en een box. Zorg ervoor dat baby's nergens kunnen afrollen of tegenaan stoten.

Daarnaast is het fijn als de plek hygiënisch is, als er doekjes en luiers voorhanden zijn en als het mogelijk is om flessen of potjes op te warmen.

De collectie is zoveel mogelijk frontaal gedisplayd. Kinderen zijn sterk visueel ingesteld en de kleurige covers zijn goed zichtbaar. De informatieve folders plaats je op ooghoogte voor de ouder/verzorger en hoeven niet direct zichtbaar te zijn voor de kinderen. Voor de hele kleine kindjes is het leuk om zwart-wit kaarten neer te leggen omdat zij alleen contouren kunnen zien.

### *Communicatie*

Leg leuke (makkelijke) voorleesboeken, boekjes voor de kindjes passende bij hun belevingswereld (zie ook assortiment) en boeken met opvoedtips op een strategische plek. Geef duidelijk aan waar de klant met vragen terecht kan. Daarnaast is het belangrijk om tips te geven over het leesmateriaal en de klant te informeren over activiteiten van BoekStart.

### *Service/Werkprocessen*

Zorg voor goede afstemming tussen front- en backoffice. Klanten kunnen gemakkelijk vragen stellen aan een medewerker. Medewerkers zijn herkenbaar, servicegericht, geïnteresseerd en kunnen met iedereen (zowel lager als hoger opgeleiden) communiceren. Medewerkers kunnen inspelen op de behoeftes van de klant en snel schakelen. Zeker voor de laagtaalvaardige gezinnen die eindelijk over de drempel stappen en voor het eerst de Bibliotheek bezoeken, is een warme ontvangst, en passende informatie heel belangrijk. Alle klanten moeten een reden hebben om terug te keren. Een goede (eerste) indruk, een fijne sfeer en zich welkom voelen, dragen hieraan bij.

De medewerker ondersteunt de klant in zijn zoekproces, schrijft nieuwe klanten in, geeft advies, komt met alternatieven als dat nodig is, informeert over de brede functie van de Bibliotheek en haar activiteiten en zorgt dat klanten het BoekStart-koffertje krijgen. Daarnaast tonen medewerkers begrip voor de ontdekkingswereld van de kleintjes. Als een kind een boekje uit de kast pakt, dan staan zij hiervoor open en spreken het kindje niet belerend toe (zie protocol ontvangst ouders, paragraaf 3.5.7. in basisdocument en bijlage 6 basisdocument).

Het is van belang om blijvend aandacht te besteden aan service en werkprocessen. Hoe je dit doet? Zie Op-halen (hoofdstuk 3).

## **4.2 Communicatiemiddelen (tips & tricks)**

Het doel dat je wilt bereiken is *overtuigen*. Een klant wil het gevoel krijgen dat BoekStart een plek is waar hij/zij zich lekker met zijn of haar kindje kan terugtrekken of rust kan pakken. Welke middelen kun je hiervoor inzetten?

### *Digitaal*

- Klanten continu informeren over de activiteiten van BoekStart, door middel van:
  - o social media en website BoekStart
  - o social media en website Bibliotheken
  - o social media en website gemeente



- Een filmpje over BoekStart dat je kunt tonen bij de gemeente, de kinderopvang of bij het consultatiebureau.
- Een platform op de website van BoekStart of via de landelijke Facebookpagina voor ouders om tips en tricks uit te wisselen.
- De brochure 'BoekStart voor jou!' tonen in de Bibliotheek of bij het consultatiebureau. De brochure is te vinden op <https://www.boekstart.nl/magazine/>
- Het tonen van (Boeken)tips bij de kofferboekjes in de Bibliotheek of bij het consultatiebureau. Deze (Boeken)tips zijn te vinden op <https://www.boekstart.nl/alle-tips/>

#### *Print*

- Informatie over BoekStart op het display van het consultatiebureau. Deze materialen zijn te bestellen op <https://bestellijst.boekstartpro.nl/> onder promotie.
- Folders en materialen van BoekStart zelf die je kunt neerleggen bij bijvoorbeeld de ingang van de Bibliotheken, bij de ingang van het gemeentehuis, bij sportclubs, bij de kinderopvang, bij gastouders, bij het consultatiebureau en bij supermarkten.
- Een flyer die je kunt neerleggen bij bijvoorbeeld de ingang van de Bibliotheken, bij de ingang van het gemeentehuis, bij sportclubs, bij de kinderopvang, bij gastouders, bij consultatiebureau en bij supermarkten met activiteiten van BoekStart.
- Een persbericht in Streekblad over activiteiten van BoekStart.

#### *Fysiek*

- Fijne materialen voor ouders, dus: goede stoelen met rugleuning. Het liefste dichtbij een plek waar je koffie en thee kunt halen. Is die plek er niet? Dan kun je zorgen voor kannen koffie en thee en water. Een fruitmand en gezonde hapjes voor kinderen (passende bij de leeftijd) is een extraatje. Met boeken en tijdschriften over opvoedkundige tips.
- Fijne en hygiënische materialen voor kinderen, dus: box, kinderstoelen, speelkleed. Het liefste dichtbij een ruimte waar je luiers kunt verschonen en een flesje kunt opwarmen.
- Beeldscherm met activiteiten en workshops van BoekStart en het herkenbaar logo van BoekStart. Je kunt het displayen van de koffertjes of de beer gebruiken voor signing.

#### *Activiteiten en acties*

##### **Maatschappelijk draagvlak**

Hierbij is samenwerking met instanties als het consultatiebureau en de gemeente belangrijk. Voed hen steeds met relevante informatie en zorg ervoor dat ze betrokken blijven bij BoekStart.

- Workshops en lezingen organiseren door medewerkers van de Bibliotheken of ervaringsdeskundigen over bijvoorbeeld gebarentaal, muziek op schoot, ontwikkeling van baby tot peuter tot dreumes en opvoedkundige tips.
- Een lezing organiseren met een BN-er of provinciaal/lokaal bekend en aansprekend persoon. Dubbel doel: klanten stimuleren om naar de Bibliotheek te gaan. Een BN-er of ander bekend persoon zorgt voor meer pr en meer reuring. En informeren: de BN-er of bekend persoon geeft praktische tips.
- Een stempelkaart ontwikkelen. Na 5 stempels, dus 5 keer bezoek, krijgt de klant een presentje van BoekStart (idee van Bibliotheek Katwijk).
- Een actie i.s.m. met de plaatselijke supermarkt. De 250e klant van BoekStart ontvangt een waardebon van de supermarkt.
- Een voorleeswedstrijd voor jonge ouders of opa's en oma's organiseren.
- Een BoekStart week organiseren met verschillende activiteiten voor baby's, dreumesen en peuters om aan klanten te laten zien wat BoekStart kan betekenen voor hun kindje.



## 5 TERUGKEREN

*Margam bezoekt de Bibliotheek weer. Ze brengt samen met haar zoontje Rashid de geleende boeken terug en schrijft zich in voor muziek op schoot. Margam heeft namelijk bij het consultatiebureau gezien dat de Bibliotheek deze cursus geeft op de BoekStart-locatie. Ze hoopt zo meer jonge moeders te ontmoeten en zich de Nederlandse taal meer eigen te maken.*

Als Bibliotheek hoop je dat klanten terugkeren naar BoekStart. Hoe kun je ervoor zorgen dat klanten terugkeren? Belangrijk hierbij is de samenwerking met instanties als het consultatiebureau, de gemeente en de kinderopvang. Hoe meer zij over BoekStart communiceren en het belang van BoekStart aangeven, hoe vaker ouders terugkomen.

Bibliotheek Rozenburg heeft bijvoorbeeld veel contact met consultatiebureaus. Hun ervaring is dat veel jonge gezinnen terugkomen om de activiteiten van BoekStart bij te wonen. De redenen zijn divers: om ervaringen uit te wisselen, informatie te delen, om meer mensen te leren kennen omdat zij net in Rotterdam zijn komen wonen en om Nederlands te leren.

### 5.1 Schijf van vier

#### *Assortiment*

Zorg regelmatig voor andere posters, informatie op de schermen, extra magazines en flyers zodat elke keer weer 'iets nieuws te ontdekken' is.

#### *Communicatie*

Verdiep je verder in de doelgroep en bedenk waar deze zich bevindt. Kracht van de herhaling! 'Uit het oog uit het hart'- principe, dus zorg voor terugkerende aandacht in de krant, bij de huisarts en het consultatiebureau, via e-mail, social media etc. Hiervoor kunnen verschillende materialen besteld worden via de website <https://bestellijst.boekstartpro.nl/>. Er zijn materialen beschikbaar voor ouders, professionals, laagtaalvaardige gezinnen en ter promotie. Ook zijn enkele uitgaven van Stichting Lezen in deze lijst opgenomen.

#### *Service/ werkprocessen*

Zorg voor goede interne afstemming over welke materialen en welke content toegevoegd kunnen worden en wie wat doet. De frontoffice is eerstelijns verbonden met de doelgroep en een duidelijke taakafbakening is onmisbaar. Het signaleren van bijvoorbeeld verouderde informatie, kan bij de medewerkers liggen. Het is belangrijk om hier afspraken over te maken.

### 5.2 Communicatiemiddelen (tips & tricks)

Het doel dat je wilt bereiken is *verleiden*. Hierbij kun je dezelfde middelen inzetten als bij de fysieke plek, zowel digitaal als print. Om klanten vast te houden is het belangrijk om regelmatig vernieuwing te laten zien. Het meubilair is niet eenvoudig te veranderen en een grote kostenpost. Daarom is het van belang om te zoeken naar bijvoorbeeld een nieuwe workshop of een leuke spreker tijdens een voorleesuurtje. Het is belangrijk om actuele materialen in de kast te plaatsen en met regelmaat te vervangen.

Daarnaast is het van belang om blijvend aandacht te besteden aan de organisatie van diverse activiteiten en acties, zo hebben klanten een reden om terug te keren. Ieder jaar zou je bijvoorbeeld een instore basis communicatietoolkit kunnen maken met een gerichte planning waarin staat welke middelen je wanneer inzet. Bovendien kun je klanten, face-to-face vragen waar zij behoefte aan hebben of je kunt een jaarlijkse evaluatie houden. Zo krijg je precies in beeld waar de klant nog behoefte aan heeft en waar je als Bibliotheek op kunt inspelen.



## 6 PRAKTISCHE VOORBEELDEN OP EEN RIJ

In het document hebben wij al enkele praktische voorbeelden opgenomen van verschillende Bibliotheken die zich sterk maken voor meer zichtbaarheid en bekendheid van BoekStart. Deze voorbeelden kort op een rij:

- Bibliotheek Nuth: had moeite met het bereiken van jonge ouders in de kleinere kernen. Daarom hebben zij in de kleinere kernen een BoekStart-plek ingericht in de consultatiebureaus en in de bibliotheekvestigingen in de scholen.
- Bibliotheek Rozenburg heeft voor een breed draagvlak veel contact met consultatiebureaus. De consultatiebureaus promoten BoekStart bij ouders en wijzen hen op de activiteiten die hieraan zijn gekoppeld. De ervaring van Bibliotheek Rozenburg is dat veel jonge gezinnen terugkomen om de activiteiten van BoekStart bij te wonen. De redenen zijn divers: om ervaringen uit te wisselen, informatie te delen, om meer mensen te leren kennen omdat zij net in Rotterdam zijn komen wonen en om Nederlands te leren.
- Bibliotheek Rivierenland zorgt voor meer bekendheid van BoekStart door een hoekje bij de kinderopvang of het consultatiebureau in te richten en daar op gezette tijden een BoekStart-coach aanwezig te laten zijn. Daarnaast organiseren zij een inloopspreekuur voor ouders/opvoeders in de Bibliotheek.
- Bibliotheek Katwijk bereikt veel jonge gezinnen door bij elke kinderopvang binnen de gemeente een BoekStart-hoekje in te richten.
- Boekjes & koekjes in Lochem. Elkaar ontmoeten in gezellige sfeer, samen een boekje lezen en zingen en een boekje uitzoeken voor thuis.
- Boekjes & Babbels in Gorssel. Elkaar ontmoeten in gezellige sfeer, samen een boekje lezen en zingen en een boekje uitzoeken voor thuis.
- BoekStart bijeenkomst Doetinchem voor ouders/ grootouders of mensen die graag meer informatie willen over (voor) lezen met kleintjes.

Naast de Bibliotheken maken ook de landelijke organisatie van BoekStart en POI's zich sterk voor meer zichtbaarheid en bekendheid van BoekStart.

Op landelijk niveau stelt Kunst van Lezen/SPN factsheets samen (handig voor contacten met stakeholders) en levert inspiratiedocumenten op. Als extra ondersteuning wordt een checklist zichtbaarheid ontwikkeld. Daarnaast kan de op handen zijnde landelijke campagne rondom het 10-jarig bestaan van BoekStart een impuls geven aan de zichtbaarheid. Verzamelde 'best practices' uit het land worden gedeeld. En zie ook de tweemaandelijks BoekStart-nieuwsbrief.

De POI's vervullen een belangrijke rol door goede voorbeelden uit de praktijk op te halen bij de Bibliotheken en te delen met het SPN BoekStart-team zodat het landelijk kan worden verspreid (via de BoekStart-nieuwsbrief). Daarnaast kunnen POI's met Bibliotheken in gesprek gaan naar aanleiding van de uitkomsten van de nog te ontwikkelen checklist zichtbaarheid en wellicht Mystery Guest-bezoeken organiseren. Tijdens dit gesprek geven zij Bibliotheken tips en tops over de zichtbaarheid van BoekStart. POI's hebben ook een belangrijke rol in het zorgdragen voor het organiseren van (scholings)bijeenkomsten in eigen werkgebied gericht op BoekStart-coördinatoren/educatieve medewerkers en/of frontoffice medewerkers. Ook kunnen POI's een provinciale bijeenkomst organiseren om Bibliotheken toe te rusten zodat zij de zichtbaarheid kunnen verbeteren/optimaliseren (met inspiratiedocument Kunst van Lezen/Rijnbrink) als onderlegger. Hierbij is het van belang de marketingmedewerkers van de Bibliotheken te betrekken.



## 7 TIPS UIT DE PRAKTIJK

In het document hebben wij al enkele tips genoemd om BoekStart goed onder de aandacht te blijven brengen. Onderstaand vind je deze tips, aangevuld met tips afkomstig uit de praktijk.

- Zet in op deskundigheidsbevordering frontoffice medewerkers/verdiepingscursussen en opfrismomenten.
- Een uniforme aanpak in de Bibliotheken is belangrijk; de ontvangst van de klant moet warm zijn.
- De houding van de frontoffice medewerkers (betaald of onbetaald) is verwelkomend, open, communicatief. Alle medewerkers zijn op de hoogte (instructiedocument voor medewerkers bij de balie neerleggen?).
- Aandacht voor de signing: actueel beeldmateriaal/logo's/koffertjes/flyers etc.
- Aandacht voor de inrichting: aantrekkelijke hoek/presentatie, fijne zitplaatsen, actuele collectie.
- Interpretatie: BoekStart is voor de doelgroep 0-4 jaar (niet alleen 0-1 jaar) en is onderdeel van de doorgaande lijn.
- Zichtbaarheid van BoekStart in de kinderopvang als vervolg: hoe maak je duidelijk dat de Bibliotheek de afzender is/de plek waar je nog meer kan halen?
- Meer aandacht in de training Voorleescoördinator voor de BoekStart 'business to business' én 'business to consumer' website en de module leerconsulent.
- Continuïteit: op elke bibliotheekvestiging is een BoekStart-coördinator aanwezig die het proces bewaakt en stimuleert.
- Aandacht voor het bereiken van de laagtaalvaardige doelgroep (wijze van benaderen/communiceren aanpassen waar nodig).
- Probeer vanuit de doelgroepen/klanten te kijken en te denken: pm-ers, ouders, grootouders, kinderen. Waar hebben zij behoefte aan?
- Brief die naar de ouders gaat: heldere uitleg over BoekStart, meer beeld, minder tekst – herzien waar nodig. Zorg dat ook de laagtaalvaardige ouder ermee uit de voeten kan.
- Route in de Bibliotheek naar de BoekStart-collectie moet duidelijk zijn, bijvoorbeeld door blikvangers (zo als de BoekStart-beer).
- Wanneer brieven op vaste momenten in het jaar worden verstuurd aan ouders (bijvoorbeeld 4 keer per jaar), dan weet je wanneer je een toeloop van ouders kunt verwachten in de Bibliotheek. Benut dit moment door in die periode wat extra's aan te bieden. Bijvoorbeeld de BoekStart-beer neerzetten of een actie met een gouden wikkel in één van de koffertjes (die ouder wint een cadeau). Ook makkelijker te behappen voor frontoffice personeel. Het is een geconcentreerd moment en je weet precies wanneer je extra inzet moet bieden.
- Mystery Guests inzetten die de zichtbaarheid van BoekStart bij de lokale Bibliotheken komen beoordelen met behulp van een checklist. De feedback (tips & tops) wordt vervolgens gedeeld met de Bibliotheek.
- Signing/zichtbaarheid van BoekStart bij de Bibliotheek op School (toevoegen aan banner).
- Verpakking: harde plastic hoezen BoekStart-boekjes vervangen door soft hoezen of waar mogelijk zonder hoes (met label in boekje) aanleveren.
- Meubilair: de veiligheid is van belang. Denk bijvoorbeeld aan afgeronde hoeken.
- Betrek de marketingmedewerkers van de Bibliotheken.

## Colofon

### Tekst

Rijnbrink in samenwerking met KB (Koninklijke Bibliotheek)

### Ontwerp

Rijnbrink

### Oplage

Digitaal

### Arnhem

Zeelandsingel 40  
6845 BH Arnhem  
Postbus 9052  
6800 GR Arnhem  
088 1970300

### Nijverdal

Van Alphenstraat 11  
7442 TW Nijverdal  
Postbus 228  
7440 AE Nijverdal  
088 1970301

-  @rijnbrink
-  Rijnbrink
-  Rijnbrink
-  rijnbrink.nl

