

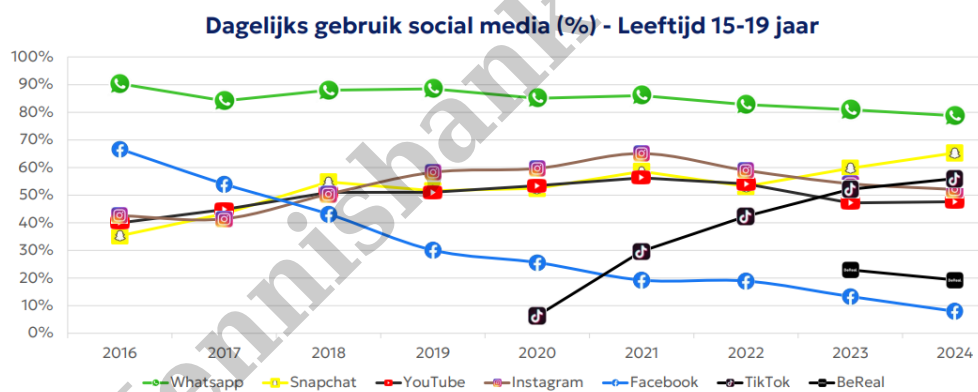
Inzet van TikTok in promotie en werving van (jonge) vrijwilligers

Last Modified on 24/02/2025 3:41 pm CET

Jongeren zoeken tegenwoordig **meer dan alleen werk**: ze willen iets zinvol doen, zich ontwikkelen, en zich aansluiten bij de missie van een organisatie. Dit biedt kansen voor vrijwilligersorganisaties! Echter, wil je deze jongeren aantrekken als vrijwilliger? Dan is een simpele vacature vaak niet meer genoeg.

Werving en promotie vragen tegenwoordig om creativiteit in de aanpak, waarbij platforms zoals **TikTok** onmisbaar zijn. Op TikTok maken gebruikers korte video's van 15 tot 60 seconden, die mede-gebruikers kunnen liken, delen of erop reageren. De video's bevatten vaak muziekfragmenten of populaire challenges, maar zijn ook steeds vaker informatief. In Nederland steeg **het aantal gebruikers** in 2024 boven de 4 miljoen en brachten tieners van 15 tot 19 jaar voor het eerst dagelijks meer tijd op TikTok door dan op Instagram. Waar oudere generaties Google als zoekmachine gebruiken, gebruikt de zogeheten Gen-Z (jongeren die geboren zijn tussen 2000 en 2015) nu zelfs **TikTok als zoekmachine**.

Maar hoe zet je TikTok dan effectief in om vrijwilligers te werven? In dit artikel leer je hoe je de juiste content maakt, hoe je de juiste doelgroep aanspreekt, en ontvang je nog een aantal concrete TikTok-tips om (jonge) vrijwilligers voor jouw organisatie te enthousiasmeren - zonder dat je duizenden volgers of een groot mediabudget nodig hebt!



Hoe creëer je de juiste content?

Bijna **40% van de TikTok gebruikers is 18-24 jaar** en **32% van de TikTok gebruikers is 25-34 jaar**. Om deze doelgroep te bereiken, is het belangrijk om gebruik te maken van **User Generated Content (UGC)**. Dit is content die oprecht en eerlijk aanvoelt en niet als een verkooppraatje. Jongeren willen namelijk een echt beeld krijgen van de werkcultuur. Laat dus als organisatie zien wie je bent, wat je doet en wat je missie is.

Er zijn al **bedrijven die TikTok succesvol inzetten** voor promotie en werving. In hun video's laten huidige werknemers op een speelse of humoristische manier hun dagelijkse werkzaamheden zien, vaak in korte video's die herkenbaar zijn voor veel kijkers. Deze TikTok-video's zijn vaak eenvoudig en hoeven **niet heel professioneel of uitgedacht** te zijn.

Door gebruik te maken van deze aanpak kan een organisatie laten zien wat het unieke verhaal is. Houd deze punten dus in gedachten bij het maken van TikTok-video's voor jouw organisatie.

Hoe bereik je de juiste doelgroep?

TikTok werkt net wat anders dan andere sociale media zoals Facebook, Instagram en Twitter. Op TikTok krijg je in je overzicht namelijk video's te zien van mensen die je nog niet volgt en dus nog niet eerder voorbij hebt zien komen. Dit vergroot de bereikbaarheid van de video en hierdoor heeft elke video een [even grote kans om viraal te gaan](#).

Goed nieuws dus: je hebt niet veel volgers of een groot mediabudget nodig om je video bekeken te krijgen! Wel zijn er een paar dingen die je kunt doen om ervoor te zorgen dat jouw TikTok-video's de juiste doelgroep bereiken..

- Gebruik [TikTok Analytics](#). Maak een zakelijk TikTok-account aan of zet je huidige account om naar een zakelijk account. Dit kost niets en geeft je toegang tot waardevolle statistieken. Met de analyse pagina kun je bijvoorbeeld ontdekken wie je volgers zijn, waar ze vandaan komen, welke video's goed presteren, en wanneer de beste tijd is om te posten.
- Bepaal de doelgroep. Denk na over wie je wilt bereiken (leeftijd, locatie, geslacht, interesses, etc.)
- Volg de huidige trends. Kijk welke trends populair zijn bij jouw doelgroep. Dit kunnen specifieke video's zijn, challenges of hashtags die op dat moment veel gebruikt worden. In oktober 2024 was bijvoorbeeld de trend '[Wanneer Gen-Z de marketing doet](#)', waarbij oudere werknemers op een 'Gen-Z manier' hun bedrijf presenteren. Houd trends goed in de gaten, omdat ze snel kunnen veranderen.
- Maak content die bij de doelgroep en trends past. Zorg ervoor dat je content aansluit bij de interesses van je doelgroep én de huidige trends (zie ook: Hoe creëer je de juiste content?).
- Gebruik trending hashtags. Voeg 3 tot 5 trending hashtags toe aan je video's. Dit vergroot de bereikbaarheid van je video.

TikTok Tips:

Naast de eerder genoemde adviezen, zijn hier nog een aantal aanvullende tips om het meeste uit TikTok te halen:

- Houd de video's kort en krachtig. TikTok draait om snelle, visuele content, dus probeer de aandacht van de kijker snel te trekken zonder te veel tekst.
- Plaats consistent een TikTok video, bijvoorbeeld 2 tot 4 keer per week.
- Houdt rekening met de tijd waarop je een TikTok plaatst. Tussen 6.00 en 10.00 uur 's ochtends en tussen 19.00 en 23.00 's avonds zijn de beste tijdvakken om veel betrokkenheid te creëren. Houd echter ook je eigen TikTok Analytics in de gaten om te zien wanneer jouw doelgroep actief is.
- Probeer naast TikTok ook actief te worden op andere social media kanalen zoals Instagram of Snapchat. Hier maken jongeren [ook veel gebruik van](#).

- Post niet alleen video's, maar reageer ook op je kijkers. Dit draagt bij aan het [opbouwen van een community](#) en geeft je kijkers het gevoel dat ze erbij horen.
- Geef niet zomaar op als het niet snel genoeg lukt om contact te leggen met (jonge) vrijwilligers via TikTok! Het kan even duren dus wees geduldig en blijf inzetten op de lange termijn.

Tot slot: Laat vooral de Gen Z-ers binnen jouw organisatie meedenken over de inhoud van de TikTok-video's. Zij kennen het platform het best, weten wat wel en niet aanslaat bij hun leeftijdsgenoten en hierdoor betrek je hen gelijk meer bij de organisatie!

Bronnen

Nationale Social Media Onderzoek – Basis 2024

<https://www.newcom.nl/product/nationale-social-media-onderzoek-basis-2024/>

Wat is TikTok en wat kun je ermee?

<https://radar.avrotros.nl/artikel/wat-is-tiktok-en-wat-kun-je-ermee-34961>

7x: creatief werven via TikTok doe je zó!

<https://www.werf-en.nl/7x-creatieve-werving-via-tiktok/>

Social Media Trends voor 2025

<https://www.afix.nl/social-media-trends/>

TikTok marketing: een handleiding voor beginners

<https://www.shopify.com/nl/blog/tiktok-marketing>

TikTok en employer branding: waarom juist Gen Z gevoelig is voor authenticiteit

<https://www.werf-en.nl/tiktok-en-employer-branding-hoe-gen-z-aan-te-trekken-met-authentieke-content-met-lieke-van-der-plas/>

TikTok als populaire zoekmachine voor Gen Z

<https://zigt.nl/nieuws/tiktok-als-populaire-zoekmachine-voor-gen-z>

Bekijk de TikTok statistieken van Nederland

<https://stormachtig.nl/tiktok-statistieken-nederland/>

TikTok Analytics: Het meten van je succes en het volgen van statistieken

<https://www.buildsocial.nl/tiktok-analytics-het-meten-van-je-succes-en-het-volgen-van-statistieken/#:~:text=Zodra%20je%20een%20TikTok%20Pro,op%20'Analytics'%20te%20klikken.>

Kennisbank Zorgzaam010