

# 11 TIPS VOOR FINANCIEEL JAARVERSLAG EN SOCIAAL JAARVERSLAG

## 2. VOOR WIE MAAK JE HET JAARVERSLAG?

En: waar is deze doelgroep naar op zoek? Wat willen ze weten van jouw organisatie? Potentiële klanten hebben andere vragen dan geldschieters. Verwachten ze een sterke toekomstvisie of moet je vooral verantwoording afleggen? Leest jouw doelgroep graag van papier of juist online? Een goede voorbereiding is het halve werk!



## 4. DOE EENS IETS ANDERS

Zowel online als offline heb je alle kansen om te 'shinen' met je jaarverslag. Met opvallende vormgeving en/of een creatieve manier van weergeven verleid je je lezer om jouw jaarverslag te bekijken en te lezen. Heb je al eens gedacht aan een jaarverslag in de vorm van een video? Dit is zeker een aanrader als je weet dat je doelgroep visueel ingesteld is. Hiermee geef je ook het signaal af dat je vooruitstrevend bent en met de trends meegaat. Natuurlijk kun je naast de papieren versie ook een online versie maken. Zie het als een soort uittreksel van je papieren versie. Het handige van een online jaarverslag is, dat je het leesgedrag kunt meten. Zo weet je direct wat het meest aanspreekt. Tip: zorg ervoor dat je digitale jaarverslag en de papieren versie wel met elkaar samenhangen en dat ze allebei iets unieks hebben. PS: gedrukt op A4-formaat kan altijd nog!

## 1. HAAL MEER UIT JE JAARVERSLAG

Natuurlijk is jouw jaarverslag in eerste instantie informatief. Maar... als je het toch maakt, waarom dan niet meteen meer vliegen in één klap slaan? Zie jouw jaarverslag als een manier om jouw verhaal onder de aandacht te brengen bij één of meerdere doelgroepen. Pas daar de inhoud en je to-ne-of-voice op aan.



## 3. KIES EEN AANSPREKEND THEMA VOOR JE JAARVERSLAG

Je kunt natuurlijk een standaardindeling volgen bij de opzet van je jaarverslag. Maar liever wil je de aandacht van de lezer zo goed mogelijk vasthouden. Een van de mogelijkheden daarvoor is het werken met een thema. Denk daarbij aan een hoogtepunt of een speerpunt van het afgelopen jaar. Is er een transitie geweest? Iets feestelijks? Een belangrijke ontwikkeling in de markt? Kies een thema en neem je lezer daarin mee.



## 5. LAAT JE CORPORATE STORY DOORLINKEN

Jouw merk heeft een verhaal. Je belooft je doelgroep iets. En je wilt dat jouw verhaal hen raakt. Dus kun je je verhaal niet vaak genoeg herhalen! Ook in je jaarverslag. Je hoeft jouw corporate story niet telkens op dezelfde manier te vertellen. Laat bijvoorbeeld anderen eens aan het woord. Je kunt hierbij denken aan een interview met de directeur, of met een klant. Of gebruik quotes van medewerkers of klanten door het jaarverslag heen. Mensen brengen jouw verhaal en jouw organisatie tot leven!



## 6. LAAT ZIEN WAT JE DOET EN WAT JE BETEKENT

vanuit een marketing perspectief en vanuit Employer Branding

Jouw organisatie is meer dan een financiële huishouding. Met je jaarverslag kun je laten zien hoe jullie omgaan met sociale, maatschappelijke en/of duurzame thema's. Daarnaast kun je uiteenzetten hoe jouw organisatie omgaat met reputatie, merkwaarde en merkbeleving. En vergeet ook niet om te benoemen waarom jouw organisatie zo leuk is om voor te werken! Kortom, je jaarverslag is ook een mooie gelegenheid voor een fraai staaltje marketing, communicatie en employer branding.



## 8. MAAK JE EEN JAARVERSLAG OF EEN BROCHURE?

Met een jaarverslag leg je verantwoording af over een bepaalde periode, meestal ook financieel. Wil je vooral vertellen wat je jouw organisatie doet of wil je alleen wat kerncijfers publiceren? Ook daar kun je ook hele creatieve dingen mee doen. Maar noem het dan geen jaarverslag, maar praat in zo'n geval liever over een brochure of 'facts and figures'.

## 10. SCHRIJVEN IS EEN VAK APART. HULPTROEPEN ZIJN NABIJ!

Zeker als meerdere mensen schrijven aan een jaarverslag, kan het lastig zijn om de juiste stijl en tone-of-voice vast te houden. Door samen te werken met een goede tekstschrijver die ervaring heeft met het schrijven van een jaarverslag, zorg je ervoor dat het verhaal van jouw organisatie helder en consistent doorklinkt in het jaarverslag. Wij kunnen je verschillende tekstschrijvers aanbevelen. Vraag gerust naar de namen, wij helpen je graag verder.



## 7. MAAK HET JE LEZER HEEL GEMAKKELIJK

Zeker digitaal zijn mensen eerder geneigd om te scannen dan om ieder woord te gaan lezen. Maak daar gebruik van! Licht interessante details uit, gebruik mooie foto's en afbeeldingen, geef zaken grafisch weer (bijvoorbeeld met een infographic), plaats quotes tussendoor of licht onderwerpen toe in een opvallend kader. Zo loods je je lezer gemakkelijk door de highlights heen.

## 9. GEEF HET DE AANDACHT DIE HET VERDIENT

Een jaarverslag zet je niet 1-2-3 in elkaar. Zeker als je je jaarverslag ziet als een sterk middel binnen jouw marketing en communicatie, is het van belang om het serieus aan te pakken. Maak een goede planning, richt een werkgroep in en zorg dat je weet wie verantwoordelijk is voor wat. Wie leveren de inhoudelijke input? Wie doet de vormgeving? Wie beschikt over de creativiteit om een goed concept te bedenken? Wat gaan/kunnen jullie zelf doen en wat wil je uitbesteden? Een jaarverslag maken is al gauw meer werk dan je denkt. Begin dus vooral op tijd!

BONUS TIP!

## 11. WEL OF GEEN ACCOUNTANTSVERKLARING NODIG?

Een accountantsverklaring heb je alleen nodig als jouw organisatie een middelgroot tot bedrijf is waarvan de jaarrekening 2 achtereenvolgende jaren voldoet aan minimaal 2 van de volgende 3 eisen:

-  activa van meer dan € 6 miljoen
-  netto-omzet van meer dan € 12 miljoen
-  minimaal 50 werknemers

ONLY THE BRAVE®

Wij helpen je graag met het visualiseren, adviseren en/of opmaken van het jaarverslag!

Ga naar [www.onlythebrave.nl](http://www.onlythebrave.nl) en bekijk ons werk of mail naar [edwin@onlythebrave.nl](mailto:edwin@onlythebrave.nl) voor meer informatie

WIN HEARTS ABOVE MINDS!

WELKE WERKZAAMHEDEN KUNNEN WIJ UIT HANDEN NEMEN BIJ DE REALISATIE VAN HET JAARVERSLAG?

- PROJECT MANAGEMENT
- INTERVIEW EN TEKST (REDACTIE)
- CONCEPT
- VORMGEVING / DTP
- INFOGRAPHICS
- FOTOGRAFIE
- DIGITAAL/ONLINE JAARVERSLAG
- ANIMATIE