



FUNCTIEHANDLEIDING PERS- & PROMO- VERANTWOORDELIJKE

Werkjaar 2021 - 2022

2022 - 2023

2023 - 2024

Beste verantwoordelijke Pers & Promo,

Je engageert je dit jaar om je afdelingsbestuur mee te doen draaien, en dat is geweldig!

Vele mensen gingen je voor, en ook na jou zullen velen je functie uitvoeren. Daarom vind je achteraan deze functiehandleiding ruimte om je ervaringen van het afgelopen jaar neer te schrijven, als ook enkele lopende projecten. Zo kan je opvolger snel aan de slag!

Kreeg je deze functiehandleiding al van een voorganger? Lucky you!

Dan vind je achteraan natuurlijk de opmerkingen en ervaringen, net als de contactgegevens zodat je in hoge nood een beroep kan doen op je voorganger.

VERANTWOORDELIJKE PERS & PROMO

Jij bent de kersverse pers- & promo-verantwoordelijke van je afdeling.

Jij weet natuurlijk dat JNM de bééstigste jeugdbeweging is, maar helaas lopen daar buiten massa's frisse kinderen en jongeren rond die dat nog niet weten. En onbekend is onbemind.

Aan jou om JNM bekend te maken, om die papieren leden uit hun luie zetel te kriebelen, en om de pers te spammen met geweldige afdelingsnieuwtjes.

Maar vooral ook aan jou om je mede-bestuursleden te doen inzien dat promo van levensbelang is voor de afdeling. Hoe meer mensen JNM kennen en een positief beeld hebben over wat JNM doet en betekent, hoe beter. Nieuwe leden komen niet uit de lucht vallen. Daar moet je (soms) hard voor werken. Dus maak je mede-bestuursleden wakker en steek de koppen bij elkaar. Promo-campagnes en/of promo-activiteiten zijn tien keer zo leuk als je ze niet in je dooie eentje moet bedenken.

Vergeet vooral niet dat je voor een geslaagde promo-campagne of -activiteit geen massa's geld nodig hebt. Een geniaal idee, flink wat schouders om er zich onder te zetten en een gezonde dosis enthousiasme zijn meestal voldoende. Het hoeft er ook niet uit te zien alsof het van een reclamebureau komt. JNM is een jeugdbeweging. Dat mag ook zichtbaar zijn.

Dus... Schilder je liever zelf een spandoek? Loop je op een evenement graag rond verkleed als grasspriet? Wil je zelf een beursstandje in elkaar timmeren? ... Laat je helemaal gaan. Het allerbelangrijkste is gewoon dat je het doet. Want beter één goed uitgewerkte promo-activiteit die je ook echt uitvoert, dan tien wilde plannen die nooit verder komen dan het "zullen-en-zouden"-stadium.

Dus... Aan de slag!

Eerst geven we je enkele handvaten voor externe (naar de buitenwereld) en interne (naar je leden en ouders toe) promo. Daarna vind je informatie over hoe je in de pers kan komen.

1. TAKEN EN UITVOERING

1.1. Externe promo

1.1.1. Belang van externe promo:

Met externe promo wil je in de eerste plaats mensen die JNM niet kennen in contact brengen met JNM en zorgen dat ze minstens weten wie we zijn en waar we voor staan.

Als blijkt dat ze interesse hebben, kan je een stap verder gaan en hen ook actief proberen betrekken.

! Het belangrijkste is dat in het hoofd van de mensen die je aanspreekt de link gelegd wordt: JNM = positief = natuur & milieu = jongeren

1.1.2. Hoe voer je externe promo

De beste manier om mensen te overtuigen, is en blijft mond-aan-mond-reclame! Geen enkele folder of promo-video kan tippen aan het succes van een babbel met vrienden, burens, klasgenoten, of zelfs wildvreemde onbekenden. Niet twifelen, echt niet, gewoon doen! Waar het hart van vol is, loopt de mond van over...

Mogelijkheden om over JNM te praten, kan je zelf creëren en zo kan je ook je enthousiasme voor JNM overbrengen. Bijvoorbeeld:

- JNM voorstellen op je school.
- Samen met een andere jeugdvereniging een natuurbeheeractiviteit of -spel organiseren.
- Een zwerfvuilopruiactie op touw zetten met de wijkjongeren.

Laat je vooral niet ontmoedigen. Niet iedere stunt of actie zal leden opleveren, maar extra naambekendheid is ook altijd mooi meegenomen!

1.1.3. Maak kabaal met nationaal promo-materiaal

JNM-nationaal heeft promo-materiaal dat in elke afdeling bruikbaar kan zijn. Het volledige aanbod vind je op de website. Ga naar: Bestuur -> communicatie -> promo. Je kan daar ook promo-materiaal bestellen.

Er is een JNM-folder over de algemene werking van JNM en er zijn ook flyers specifiek voor piepers, ini's en gewone leden. Die flyers bevatten enkel

basisinformatie, maar ze zijn handig om mee te geven en wie meer wil weten, ziet ook meteen dat de website meer info biedt. De JNM-brochure is uitgebreider en vooral voor mensen die echt al interesse tonen.

1.1.4. Nog meer kabaal met eigen promo-materiaal!

Wil je vooral je eigen afdeling in de kijker zetten, dan kan je ook zelf een flyer, folder of affiche maken. Laat je fantasie de vrije loop, wees creatief en maak er iets cools van! Geef een zo goed en volledig mogelijk beeld van je afdeling: afdelingsgrondgebied, waar is de actieve kern van de afdeling, welke activiteiten, hoeveel activiteiten per maand, piep/ini/gewoon, contactpersoon, website, foto's...

Je kan ook voor een specifieke activiteit een flyer maken (bv voor de startdag). Ben je niet zo creatief? Spreek je mede-bestuursleden aan of vraag de nationale communicatieploeg (CP) om hulp!

1.1.5. Promo? Ja! Maar waar?!

Scholen

Eén van de meest beproefde manieren om JNM bekend te maken is via scholen. Alle jongeren worden verondersteld naar school te gaan, en de meeste gaan naar een school in de buurt. Het is dus een zeer gerichte manier om veel jongeren van een bepaald gebied te bereiken. Bovendien kan je je bij de promotie beperken tot die bepaalde leeftijdscategorie waar je naar op zoek bent.

Je kan de leerlingen rechtstreeks aanspreken. Bij deze tactiek kun je een PowerPoint geven over je afdeling. Toon de PowerPoint in de les of tijdens de middagpauze aan een groep leerlingen. Als je deze voorstelling op je eigen school organiseert, vraag dan ook of je ergens een promostand mag zetten gedurende een week, dan heeft deze promotie nog meer effect.

Je kan ook samenwerken met de leerkracht biologie, de leerlingenraad, de milieuraad of het oudercomité door bijvoorbeeld interactieve natuuractiviteiten te organiseren waarbij de leerlingen op een directe manier kennismaken met de activiteiten die JNM organiseert. Je doet dit het best buiten de lessen (onder de middag, speeltijd...) zodat de leerlingen beseffen dat het over een vrijetijdsbesteding gaat. Doe je het toch tijdens de uren probeer dan zeker het schoolterrein te verlaten.

Enkele voorbeelden:

- begeleid een klas van de plaatselijke basisschool bij een wateronderzoek in een nabijgelegen natuurgebied, met aansluitend een quiz over wat ze gezien hebben.
- organiseer een wandeling voor leerlingen en ouders.
- milieufactie, bijvoorbeeld een opruimactie aan de oevers van de beek achter de school, of een grandioze verkeersactie voor een veiliger verkeer rond de school. JNM zorgt voor het materiaal en de expertise, de milieuraad voor de deelnemers.

Houd er rekening mee dat je wel wat werk zal hebben de eerste keer dat je dit organiseert: contacten leggen, overleggen, nadenken over de aanpak...

Houd alles goed bij en leg een soort draaiboek aan. Dat maakt het werk niet alleen makkelijker voor jezelf bij een volgende promo-actie, maar is ook een giga-hulp voor je opvolger.

Beurzen, markten, festivals

Het succes van een promostand tijdens een evenement hangt van verschillende factoren af. Op een markt die vooral een publiek van middelbare leeftijd aantrekt, zal je als JNM'er misschien wel veel sympathie oogsten, maar veel nieuwe leden zullen er niet uitkomen. Je mag dus wel wat kieskeurig zijn.

Een aantal tips:

- zoek festivals/ beurzen waar jongeren op af komen. Dat mag een wat 'alternatief' volkje zijn, maar zorg ervoor dat je niet de reputatie krijgt dat JNM enkel voor 'alternatievelingen' is. Iedereen met interesse in natuur en/of milieu is welkom!
- zorg dat je stand opvalt en dat het duidelijk is dat je van JNM bent.
- de kernwoorden jeugd, natuur en milieu moeten het eerste zijn wat bezoekers zien, ook als ze gewoon passeren.
- deel activiteitenkalenders uit en vertel meteen ook over komende activiteiten
- verder foto's en niet teveel tekst. Zelf vertellen werkt ook hier best.

Maar vooral!

- neem een actieve houding aan. Van zodra iemand een blik werpt op de stand, vraag je of ze JNM kennen en vertel je wat je ze te bieden hebt.
- je uitleg en houding zijn belangrijk! Spreek mensen aan met de vraag: "kent u JNM?". Zo nee, doe je een korte uitleg in de trant van "wij zijn een jeugdbeweging die activiteiten organiseert voor jongeren over natuur en milieu". Als je merkt dat dit de mensen interesseert, doe je verder met: "ook hier in de buurt is er een afdeling actief, binnenkort is de volgende tocht, zin om eens te komen proeven?" Is het bijna zomer? Maak dan maar reclame voor de zomerkampen!

Komen er kinderen naar de stand kijken? Vraag hen dan of ze graag naar plantjes of beestjes kijken, en leg hen uit dat we dat bij JNM vaak doen!

Extra TIPS:

- OPVALLEN is de boodschap. Als je vooral piepers wil aantrekken, is het interessant om wat 'levend materiaal' op je stand te hebben: waterbeestjes, kevers... Trekt altijd aan, vooral de jongsten. Ook braakballen spreken tot de verbeelding. Als je stand groot genoeg is en als je genoeg mensen achter de stand hebt kun je de geïnteresseerden aanzetten tot determineren.
- Met een telescoop trek je ook makkelijk wat oudere kinderen aan en zelfs ouders... dat vindt iedereen wel fascinerend. Je kan bijvoorbeeld een opgezet dier in een kerktoren of boom proberen plaatsen.
- Je kan ook dingen proberen verkopen, dat trekt altijd extra aan, zoals biofruitsap, loupepotjes of zelfgemaakte vlaai (check met de organisatie of dat mag)
- Als extra lokkertje kan je een kleine wedstrijd organiseren. Als mensen aangeven dat ze geïnteresseerd zijn in natuur en milieu, kan je ze uitnodigen om deel te nemen aan je wedstrijd waarmee ze een loupepotje/t-shirt/lidmaatschap kunnen winnen. Je prijs hangt af van de duur van je wedstrijd. Als je denkt dat er maar 10 mensen gaan meedoen, dan is de prijs iets kleins zoals een loupepotje, denk je dat er wel 100 mensen zullen deelnemen, maak er dan maar een gratis lidmaatschap van.

1.1.6. Gebruik je externe contacten

Verspreid over Vlaanderen zijn er een 200-tal NME-centra (Natuur en Milieu Educatief Centrum), een 100-tal CVN natuurgidsen, zowat 150 Natuurpuntafdelingen en nog tal van andere, kleinere, verenigingen. Die zijn ook allemaal bezig met natuurstudie en milieubescherming, en zij komen ook vaak in contact met kinderen en jongeren.

Het is belangrijk dat al deze mensen op de hoogte zijn van de werking van je JNM-afdeling, zodat ze geïnteresseerde kinderen en jongeren die graag 'méér' willen, kunnen doorsturen naar de JNM.

Milieuconsulent

Contact met de milieuconsulent kan eventueel leiden tot deelname aan de gemeentelijke milieuraad, milieusubsidies, informatie over projectsubsidies, samenwerking met andere verenigingen...

NME-centra

Probeer ervoor te zorgen dat in alle NME-centra in je afdeling JNM-folders en afdelingsflyers liggen. Neem ook eens contact op met de centrumverantwoordelijke, en stel je afdeling en afdelingsactiviteiten voor. Probeer ook met de gidsen van het NME-centrum in contact te komen en de JNM aan hen voor te stellen. Ook zij kunnen enthousiaste kinderen en jongeren naar JNM doorverwijzen.

Natuurpuntafdelingen

Natuurpunt heeft meer dan 97 000 leden over heel Vlaanderen. Hun afdelingen organiseren net als JNM regelmatig activiteiten in de directe omgeving. Daar komen ook gezinnen die voor de eerste keer in contact komen met een natuurvereniging en nog nooit van JNM gehoord hebben. Onderhoud de contacten met Natuurpunt zo goed mogelijk, zodat zij op de hoogte zijn van de werking van JNM. Dit kan zich ook vertalen in het regelmatig publiceren van jullie activiteitenkalender of een algemeen artikeltje over JNM in hun plaatselijk Natuurpunttijdschriftje. Sommige afdelingen stellen ook zonder probleem hun ledenlijst ter beschikking. Stuur naar aanleiding van de startdag of een andere promo-actie deze mensen eens een uitnodiging!

Aantrekkelijke promoactiviteiten

Probeer af en toe een activiteit te organiseren waarop je pers kan uitnodigen of andere verenigingen kan betrekken. Probeer deze activiteiten ook bij je eigen leden te verkopen, en leg uit dat dit de ideale activiteit is om een vriend of vriendin mee te brengen naar JNM.

Voorbeelden: opruimactie, verkeersactie, een kamp in je streek, natuurbeheerdag, ouderdag, verkoopdag van bijvoorbeeld boompjes, vriendjesdag (een excursie waarop al je leden zoveel mogelijk vriendjes kunnen meebrengen)...

Flyers en affiches op openbare plaatsen

Openbare plaatsen: bibliotheek, gemeentehuis, jeugddienst, sporthal, wereldwinkel, biowinkel... Waar je toestemming krijgt, kan je een affiche hangen of een aantal flyers leggen om mee te nemen.

De meeste afdelingen melden dat deze methode niet zo veel succes heeft. Direct leden werven zal je er inderdaad niet mee doen, maar het kan er wel voor zorgen dat JNM bekend wordt. Deze tactiek is wel efficiënt om specifieke (grote) activiteiten mee aan te kondigen.

Het digi-tijdperk

Ook digitale reclame is vlot gemaakt: je handtekening onder je mails aanpassen en gebruiken voor promo, Facebook inzetten om activiteiten bekend te maken, groepen aanmaken om mensen op de hoogte te houden, je eigen JNM-afdelingspagina op www.jnm.be up-to-date houden... Het kan allemaal met een paar simpele muisklikken.

1.2. Interne promo

1.2.1. Belang van interne promo

Elk jaar hernieuwt 33% van de leden zijn lidgeld niet. Probeer dit te voorkomen met goede interne promo! En dan zijn er ook de papieren leden. Dat zijn JNM'ers die hun lidmaatschap wel hernieuwen, maar nooit naar activiteiten komen. Die moet je dus extra warm maken voor je activiteiten.

1.2.2. Hoe voer je interne promo

Er bestaan allerlei manieren om papieren leden actief te maken in de afdeling. Het belangrijkste is dat je het gewoon doet. Elke afdeling MOET hier echt actief aan werken!

Voor de activiteit = 'maak-ze-warm'!

Doe er alles aan om zoveel mogen leden mee op tocht te krijgen. Laat je helemaal gaan! Wat je ook doet, zorg ervoor dat mensen zich persoonlijk aangesproken voelen.

- Activiteitenkalender met voorstellingsbrief: Stuur nieuwe leden zo snel mogelijk een recente activiteitenkalender. In de brief komt wat meer uitleg over JNM, over de afdeling, een fotootje en uiteraard een dikke welkom!
- Persoonlijk woordje
Schrijf 'met de hand' zelf een persoonlijk woordje op de activiteitenkalender. [Hey Peggy, leuk dat je eens met ons mee wil! Kijk snel in onze activiteitenkalender en kom gerust af! Tot heel binnenkort! Jef. Als je nog vragen hebt, bel of mail maar naar 0432 123 456, jef@klef.be]. Zorg uiteraard dat je tekst aangepast is aan de leeftijd: voor een pieper schrijf je iets anders dan voor een gewoon lid.
- Opbellen
Bel niet-actieve leden een week voor een bepaalde activiteit en nodig ze persoonlijk uit om te komen. Zeker bij ini's is dit de ideale manier om ze over de streep te trekken! Vermeld ook wie er allemaal al meegaat, zo weten ze dat ze er zeker niet alleen zullen staan.
Bel ook de papieren leden op, nodig hen uit en vraag waarom ze niet meer komen, wie weet krijg je zo nog wat tips ivm je kalender, communicatiekanalen...
Gaat het over een nieuw lid, zeg dan ook dat ze niet het enige nieuwe lid zullen zijn (als dat zo is natuurlijk) dan zullen ze zich niet alleen voelen.
- Ouders
Ouders maken bijna altijd de doorslaggevende keuze voor hun kinderen. Dus ook of ze naar JNM mogen gaan of niet. Probeer hen te pakken te krijgen en te overtuigen van JNM! Bij piepers ga je best rechtstreeks naar de ouders. Ini's appreciëren het als je eerst met hen een praatje slaat en dan pas met hun ouders. Jongeren zullen het vaak ontkennen, maar ze lijken meer op hun ouders dan ze zeggen/denken. Kinderen met ouders die actief zijn in de natuursector zullen zelf ook eerder interesse tonen in natuur en/of milieu.

- Huisbezoeken

Wil je ze meteen écht goed bestoken, dan ga je best op huisbezoek. Ga met een klein delegatie (2) op bezoek om ze rechtstreeks uit te nodigen voor de activiteit. Door jou te zien, weten ze wie “de JNM-afdeling” is, en leer jij je nieuw lid kennen.. Een huisbezoek neemt veel tijd in beslag, maar... het is héél efficiënt! Een aanrader dus.

Tijdens de activiteit

Tijdens de activiteit moeten leden zich goed voelen en het idee krijgen dat ze deel uitmaken van de groep ! Voor veel leden is de startdag de eerste kennismaking met JNM. Doe er alles aan om hen een onvergetelijke activiteit te bezorgen. Tevreden JNM'ers komen altijd terug!

Tips om de activiteit voor leden en voor de afdeling te doen slagen.

- Ga erop af! Als ze op de activiteit aankomen, ga er dan meteen op af om ze op te vangen met een hartelijk welkom.
- Ouders: Maak een praatje met de ouders. Zij zitten dikwijls nog met heel wat vragen over het reilen en zeilen van JNM. Neem even de tijd omeen babbeltje te slaan en hun vragen te beantwoorden.
- ‘El sympatico’: Maak een praatje, vraag naar interesses, wat ze op school doen, hobby's, liefjes, thuis, of ze veel met natuur of milieu bezig zijn, hoe ze JNM hebben leren kennen... Haal al je sympathieke troeven boven! Geef de nieuwelingen de nodige aandacht. Zorg ervoor dat ze betrokken worden en zich betrokken voelen.
- Gegevens noteren: Noteer op de activiteit de naam en alle gegevens (adres, email, telefoonnummer, geboortedatum) van nieuwelingen en geïnteresseerden! Zo ben je zeker dat je hen later de kalenders nog kan opsturen. Geef hun gegevens ook door aan JNM-Nationaal, zodat ze een infopakket opgestuurd krijgen.
- Activiteitenkalenders uitdelen: Vergeet ze op het einde van de activiteit niet uit te nodigen voor de volgende activiteit. Probeer voor je startdag al een activiteitenkalender op te stellen, eventueel met een extra woordje uitleg over de werking van jouw afdeling. Geef deze info op het einde van de startdag mee aan alle aanwezigen.

Na de activiteit

Na de activiteit draait alles rond 'opvolging'. Houd nauwlettend in de gaten dat je leden niet na één of enkele activiteiten afvallen. Er zijn verschillende strategieën om ervoor te zorgen dat geïnteresseerden en papieren leden blijven komen. Uiteraard is een combinatie van verschillende strategieën ideaal, maar houd rekening met de middelen en manschappen die de afdeling heeft. Spreek duidelijk af wie wat doet en hoe.

- Blijven aansporen en contacteren: Bel geïnteresseerden na de startdag geregeld. Nodig hen verder uit voor activiteiten en spoor hen aan om lid te worden.
- Zelf activiteiten laten organiseren : Betrek oudere geïnteresseerden na een tijdje ook bij het afdelingsbestuur. Overweldig hen niet vanaf de eerste activiteit, maar als je merkt dat ze het leuk vinden, kan je hen verder betrekken. Geef ze dan ook de ruimte en de nodige begeleiding om zelf activiteiten te organiseren. Dit zorgt ervoor dat ze veel nauwer betrokken zijn bij de afdeling en dus gemakkelijker blijven hangen.

2. AFDELING IN DE PERS

2.1. Belang van de pers

Extra aandacht is altijd mooi meegenomen. Met een bericht in een krant (zelfs in het lokale krantje) bereik je in één keer veel meer mensen dan je ooit met persoonlijke promo kan aanspreken. Die horen natuurlijk niet allemaal tot de doelgroep van JNM om lid te worden, maar hoe meer mensen JNM kennen en weten waar JNM voor staat, hoe beter. Want die mensen hebben ook allemaal kinderen en kleinkinderen en neefjes en nichtjes...

2.2. Hoe bereik je de pers

Je hebt met je afdeling een toffe actie gepland? Of groots opgezette beheerwerken? Of je denkt dat jullie een activiteit gaan doen die de pers interessant zou kunnen vinden? Dan is het tijd om een 'persbericht' te versturen!

Persadressen zijn meestal te vinden op de gemeentelijke website. Vind je ze niet terug, neem dan contact op met de communicatiedienst van je gemeente. Zij zijn wettelijk verplicht een perslijst ter beschikking te stellen van verenigingen en organisaties.

Checklist Persbericht

- helemaal bovenaan staat er “PERSBERICHT” of “PERSUITNODIGING” (uitnodiging als je wilt dat de pers naar de activiteit, actie komt), zet dat maar in 't vet en in drukletters.
- dan volgen de normale zaken van een gewone brief: plaats en datum (van schrijven), 'betreft': in enkele woorden het nieuws van je persbericht (bv Beheerwerken JNM-Poekebeek in natuurgebied de Gulke Putten)
- het persbericht zelf:
 - zet het echte nieuws in de 1ste alinea (de 5 W's + H: wie, wat, waar, wanneer, waarom en hoe)
 - de toelichting komt in de tweede en volgende alinea's
 - maak het bericht niet langer dan een A4tje
 - gebruik vlotte, begrijpelijke taal (doe alsof je het aan een vriend vertelt)
 - maak geen reclame, maar geef feitelijke informatie (geen ongebreidelde lof over JNM, niet bedelen om leden)
 - gebruik actieve taal (zo weinig mogelijk hulpwerkwoorden)
 - lees na (en laat nalezen) op taalfouten
- Zet onderaan het persbericht wie ze kunnen contacteren voor meer informatie (naam, GSM, telefoon, e-mail)
- Zorg dat het duidelijk is wie de afzender is
- Het persbericht moet er 'professioneel' en netjes uitzien. Zorg voor witruimte tussen de alinea's. Gebruik het briefhoofd voor JNM-afdelingen.
- Zorg dat het adres en de naam van de bestemming juist zijn.
- Verstuur je het persbericht per mail, zet het dan niet als bijlage, maar als tekst in de mail zelf. Anders is er veel kans dat de redactie je persbericht niet leest.
- Je persbericht zou een kant en klaar nieuwsitem moeten zijn. Het moet zo in de krant kunnen worden geplaatst (journalisten zijn luie mensen).
- Niet zeker van je persbericht? Laat het nalezen door iemand die er al wat meer ervaring mee heeft. Of door de nationale COmmunicatieVERantwoordelijke: cover@jnm.be.
- Als je de pers verwacht, denk dan op voorhand na over wat je wil vertellen en wat voor foto je in de krant wil. Zo ben je zeker dat jouw beeld en jouw verhaal in de pers komt en niet het idee van de journalist (of toch niet enkel dat).

3. TIPS & TRICKS

- Vraag eens rond in je afdeling of er gewone leden zijn die zin hebben om voor één promo-activiteit mee te werken. Promo-activiteiten zijn meestal leuk, zeker in groep.
- Bel naar de pers- en promo-verantwoordelijken van de buurafdelingen en stamp nu en dan samen een wat grotere promo-campagne uit de grond.
- Voorgangers kunnen vertellen hoe zij promo hebben aangepakt en vooral wat werkte en wat helemaal niet werkte. Neem gerust contact op met hen en vraag er naar.
- Zit er van jullie afdeling niemand in de lokale Jeugdraad, maar wil je daar graag werk van maken? Neem eens contact op met een JNM'er die er wel in zit. Als je zelf niemand kent, kan je die gegevens opvragen bij JNM-Nationaal (info@jnm.be)
- Zet een link naar de JNM-site in je email-handtekening.

4. HELP!

Hulp nodig bij het uitdenken van een promo-activiteit, of bij de uitvoering van jullie wilde plannen? Steek eens je licht op bij de CoVer (CommunicatieVerantwoordelijke): cover@jnm.be of bij de communicatiemedewerker: communicatie@jnm.be

De pers- & promoverantwoordelijke van het werkjaar 2019-2020 was :

Naam

Mail

Tel

Dit zijn lopende projecten, die ook volgend werkjaar aandacht vragen:

Dit zijn de dingen die ik dit jaar heb geleerd:

Dit zijn de dingen die ik geprobeerd heb en echt goed werkten:

Dit zijn de dingen die ik geprobeerd heb en die niet zo goed werkten:

De pers- & promoverantwoordelijke van het werkjaar 2020-2021 was :

Naam

Mail

Tel

Dit zijn lopende projecten, die ook volgend werkjaar aandacht vragen:

Dit zijn de dingen die ik dit jaar heb geleerd:

Dit zijn de dingen die ik geprobeerd heb en echt goed werkten:

Dit zijn de dingen die ik geprobeerd heb en die niet zo goed werkten:

De pers- & promoverantwoordelijke van het werkjaar 2021-2022 was :

Naam

Mail

Tel

Dit zijn lopende projecten, die ook volgend werkjaar aandacht vragen:

Dit zijn de dingen die ik dit jaar heb geleerd:

Dit zijn de dingen die ik geprobeerd heb en echt goed werkten:

Dit zijn de dingen die ik geprobeerd heb en die niet zo goed werkten: