

Uitgangspunten PR IVN Amstelveen

Belangrijke uitgangspunten voor PR door IVN Amstelveen zijn:

- Een zoveel mogelijk herkenbare uitstraling van onze organisatie;
- Rekening houden met de te bereiken doelgroep;
- Media per evenement gericht en effectief inzetten;
- Tegengaan van wildgroei.

We onderscheiden twee soorten PR:

- Interne PR
- Externe PR

Interne PR

Er zijn leden en donateurs. Beide groepen dienen op de hoogte te zijn wat er allemaal wordt georganiseerd. Dat kan door middel van de website, De Groene Zegge, de excursiefolders en (pers)berichten in de diverse media. Ook de nieuwe media zoals Twitter en Facebook kunnen voor cohesie zorgen binnen de vereniging.

Externe PR

Het is van belang dat de naam IVN Amstelveen regelmatig en eenduidig onder de aandacht wordt gebracht bij het publiek van Amstelveen en omstreken. Immers als het publiek IVN Amstelveen herkent als een vereniging met leuke en interessante activiteiten, zal het oog eerder vallen op een aankondiging van een IVN-activiteit. De keuze uit mogelijke media is voor de externe PR groter: persberichten, lokale websites, lokale radio (en mogelijk lokale TV), affiches, folders en de website van IVN Amstelveen.

IVN Huisstijl

Onze publiciteit en onze producten moeten herkenbaar zijn, zowel voor onze leden en donateurs, als voor publiek. Zo'n gezicht wordt o.a. gesymboliseerd door het beeldmerk en de huisstijl.

Zie ook de [Huisstijldocumenten - IVN](#).

IVN Logo

Ook voor de juiste plaatsing van logo's op alle producten en uitgaven die IVN maakt, verwijzen wij naar de [Huisstijldocumenten - IVN](#).

Herkenbaarheid van de natuurgidsen

Dit kan door het dragen van de IVN-bodywarmer en/of een IVN-speldje of naambadge.

Herkenbaarheid van het IVN-gebouw

Een bord met het IVN-logo zorgt er voor dat elke keer als het publiek erlangs loopt of een themamiddag bezoekt de naamsbekendheid van IVN zal toenemen.

Promotiemateriaal

- Folders (provinciale- en de afdelingsfolders).
- Posters en flyers.
- Artikelen in tijdschriften en dagbladen (zie ook Richtlijnen Persberichten en Publicaties).
- Vermeldingen op de regionale TV en TV Amstelveen.
- Stoppers. Dit zijn kant-en-klare advertenties in verschillende formaten, zowel staand als liggend. Deze stoppers liggen tot nader order klaar bij de advertentieafdeling van de dagbladen en kunnen al of niet met voorbericht aan opdrachtgever, geplaatst worden bijvoorbeeld wanneer er ergens een “gat” openblijft in de lay-out fase. De stoppers moeten tijdloos zijn, zonder datum en weinig informatie bevatten. Voorbeeld van tekst is: *met IVN zie je meer, IVN leert je kijken.*

Nieuwe media

Om meer jongeren te betrekken bij IVN zijn de nieuwe media zoals Twitter en Facebook uitermate geschikt. Dit zijn groeimarkten en het bestuur overweegt om voor de afdeling een eigen account aanmaken. Er kunnen dan spontane oproepen gedaan worden voor bijvoorbeeld rondleidingen en meldingen van natuurbezienswaardigheden in Amstelveen.