

Méér
MuZiek
iN De
KLAS.
LoKaaL

Communicatietips & -trucs

Gefeliciteerd!

Jullie samenwerking onder de noemer Méér Muziek in de Klas Lokaal is gestart. Mogelijk willen jullie verslagen, beelden of andere uitingen van jullie werk om muziekonderwijs structureel te verankeren binnen de regio naar buiten communiceren. Bijvoorbeeld, foto's van een van jullie evenementen of een gespreksverslag van een MuziekTafel-vergadering. Om herkenbaarheid te creëren en jullie bereik te vergroten, is het belangrijk om bepaalde richtlijnen te volgen. Dit maakt het communicatieproces ook een stuk gemakkelijker.

Hieronder lees je welke zaken er op het gebied van communicatie uitgevoerd kunnen worden en welke stijlregels er zijn als het gaat om onze branding.

Communicatie- en social mediaplan

We raden aan om een medewerker aan te wijzen die verantwoordelijk is voor de communicatie en een social media- en communicatieplan op te stellen. Hiermee denk je na over de meetbare doelstelling (wat wil je bereiken), de doelgroep, de middelen (socialemediakanalen, website, advertenties, posters, flyers), jullie netwerk en de tijdsplanning. Voor social media denk je na over de kanaalmix, de uitingen (profielfoto, omslagfoto, biografie) bereikdoelen en call to actions.

[Klik hier voor de social media handleiding om te lezen hoe je stap voor stap kanalen opzet en bijhoudt.](#)

Zichtbaarheid op de kanalen van Méér Muziek in de Klas

Stichting Méér Muziek in de Klas kan jullie uitlichten op de [website](#), nieuwsbrieven en socialemediakanalen om meer kenbaarheid te geven aan jullie initiatief. Hiervoor hebben we bepaalde input nodig:

- Een samenvatting van de inhoud van het MuziekAkkoord
- Informatie over de samenwerking, evenementen, PR-berichten
- Een contactpersoon om naartoe te linken
- Afbeeldingen van muziekonderwijs in de regio, bijvoorbeeld tijdens een evenement

Stuur de informatie en het beeldmateriaal hiervoor naar de accountmanager van jouw regio.

Aan de slag met communicatie, marketing en promotie

Starten jullie met promotie? Bijvoorbeeld voor de organisatie van een evenement? Om dit écht te laten leven is het goed om van tevoren al zoveel mogelijk reuring te creëren. Denk hierbij aan posters op de deuren van de hoofdingangen van de deelnemende scholen, kleurplaten voor de leerlingen, een sponsorloop, een muziekmarathon met betrokken muziekverenigingen, een (tijdelijke) terugkerende rubriek in de lokale krant met muziekonderwijs als onderwerp, een scholenlied, het werven van ouder-ambassadeurs, enzovoorts. Dergelijke acties zijn goed voor bewustwording en zichtbaarheid, maar kunnen ook fondsenwervend zijn.

Tijdens het evenement spelen sociale media en pers aandacht een grote rol. Zo kan het effect van het evenement, zoals het enthousiasme van de kinderen en andere betrokkenen, goed worden uitgelicht. Wil je graag advies over PR en sociale media? Neem dan contact op met de accountmanager van jouw regio. Deze persoon koppelt je aan de juiste communicatiemedewerker binnen stichting Méér Muziek in de Klas.

Om de zichtbaarheid van het evenement vast te houden zijn er allerlei communicatiemomenten en -middelen denkbaar. Zo kun je een Facebookpagina aanmaken die mensen kunnen volgen om op de hoogte te blijven of nieuwsbrieven sturen. Om successen te delen en resultaten en mijlpalen te vieren. Zie hiervoor de eerdere link naar de handleiding om social media kanalen op te zetten.

Evenementorganisatie

Save the date, uitnodiging, reminder en bedankmail

Tijdens evenementen zorgt Méér Muziek in de Klas ervoor dat alle gasten een save the date, uitnodiging, informatiemail en bedankmail krijgen. Dit is een praktische manier om gasten uit te nodigen voor je evenement en zeker aan te raden. Voorbeelden van dit soort e-mails zijn hier te vinden:

- [Save the date](#)
- [Uitnodiging met na-ontvangst](#)
- [Uitnodiging zonder na-ontvangst](#)
- [Reminder met inspiratiesessie](#)
- [Informatiemail](#)
- [Bedankmail](#)

Voel je vrij om de documenten te gebruiken ter inspiratie. De save the date wordt gemiddeld 8 weken van tevoren gestuurd, de uitnodiging uiterlijk een maand voor het evenement. Het is wenselijk dat mensen zich uiterlijk een week voor het evenement hebben geregistreerd. Enkele dagen voordat de registratie sluit, krijgen de gasten die nog niet zijn aangemeld van ons nog een reminder per mail.

Het aan- en afmelden van de gasten

In de uitnodiging staat een registratielink. Gasten melden zich vervolgens aan via een platform zoals Eventbrite of Typeform. In de save the date en de uitnodiging staat ook een mogelijkheid voor mensen om zich af te melden. Een productiemedewerker dient bij te houden welke mensen er zijn aangemeld en afgemeld.

Het registreren van de gasten tijdens het evenement

Het registreren van de gasten kan bijvoorbeeld via een Eventbrite-app gaan. De personen die bij de ontvangstbalie staan om de mensen te registreren, dienen van tevoren deze applicatie te downloaden op hun telefoon of hun laptop te gebruiken. Zo kunnen jullie ze na afloop een bedankmail met foto's sturen.

Pers

Voor lokale media-aandacht kun je pers uitnodigen. Wij helpen jullie graag bij het opstellen en versturen van een persbericht. Indien hier interesse in is kun je je accountmanager benaderen. Deze persoon koppelt je aan de juiste communicatiemedewerker binnen stichting Méér Muziek in de Klas.

Privacy van de aanwezigen

Kinderen

Op het moment dat het evenement geregistreerd wordt door sociale media, pers en/of een fotograaf, dan dient de school van ieder kind een quitclaim met goedkeuring van de ouders/verzorgers te hebben. Daarom moet de leerkracht bij het registreren van de klas aanvinken dit te hebben gedaan. Mochten er nu enkele kinderen zijn die niet op de foto mogen, dan dient er gekeken te worden naar de mogelijkheid om deze kinderen buiten het zicht van de fotograaf neer te zetten. Dit valt onder productiewerkzaamheden.

Volwassenen

Geef in verband met de AVG- regelgeving bij het registratieproces van de gasten aan waarom je hun gegevens nodig hebt en hoelang je ze bewaart. Gasten moeten hiermee akkoord gaan, anders kunnen ze zich niet aanmelden. Dit is direct een handig moment om gasten bewust te maken van het feit dat ze tijdens het evenement op beeld kunnen komen. Als ze aanwezig willen zijn bij het evenement, dienen ze hiermee akkoord te gaan.

Maak gebruik van elkaars netwerk

Mogelijk zijn er veel verschillende partijen betrokken bij jullie MuziekTafel en evenementen, met elk hun eigen netwerk en bereik. Maak daar gebruik van door elkaars berichten te delen en liken. Benader elkaar hier ook pro-actief voor. Je kunt bijvoorbeeld geschikte content creëren door elkaar te interviewen, te fotograferen, een video te maken en elkaar vervolgens te taggen. Ook kun je ieders mediacontacten in kaart brengen, gezamenlijk advertentieruimte inkopen of is er een interessante barterdeal te sluiten.

Branding

Omdat Méér Muziek in de Klas een landelijke stichting is én om te laten zien wat het effect is van alle gezamenlijke acties en inspanningen, vinden we uniforme branding erg belangrijk zodat al die acties zijn terug te voeren op de beweging die we samen op gang hebben gebracht.

Er zijn twee soorten logo's die als volgt geschreven worden: het Méér Muziek in de Klas Lokaal-logo en het MuziekAkkoord-logo. Deze hebben jullie in een aparte e-mail ontvangen. Het logo van Méér Muziek in de Klas Lokaal is bedoeld om de groep mensen aan te duiden die samenwerkt om tot een MuziekAkkoord te komen met daarin actieplannen en afspraken. Met het logo van MuziekAkkoord wordt verwezen naar de gemaakte afspraken en het 'akkoord' dat jullie bereikt hebben. Kijk goed welk logo voor welk doeleinde het meest geschikt is.

Laten jullie zelf iets opmaken dat je hierop wilt laten aansluiten? Maak dan gebruik van de Méér Muziek in de Klas-kleuren.

Vragen?

Neem contact op met Cheryl Shahheidari (communicatieadviseur)
via cshahheidari@meermuziekindeklas.nl.



Voor duurzame verankering
op de basisschool