

Richtlijnen Promotie VGS-Nederland

Opgesteld onder Dagelijks Bestuur Harmsen in samenwerking met Senaat Schipper der GSV (2024-2025)

Dit document dient als richtlijn voor de promotie van VGS-Nederland en haar lidverenigingen en zet in op de onderlinge samenwerking van de lidverenigingen wat betreft promotie. In beginsel is het doel dat iedere lidvereniging de ruimte krijgt om te promoten voor haar eigen vereniging. Secundair hieraan promoten lidverenigingen ook voor VGS-Nederland en haar lidverenigingen. Met deze richtlijnen wordt het bereik van de promotie van VGS-Nederland en haar verenigingen vergroot, terwijl de promotie van de lidvereniging de prioriteit krijgt.

1. Het Dagelijks Bestuur voorziet de VGS-verenigingen van promotiemateriaal van VGS-Nederland.
 - a. Het Dagelijks Bestuur is verantwoordelijk voor de productie van promotiemateriaal. Het is aan hen om deze te verspreiden onder de lidverenigingen. De lidverenigingen zijn zelf verantwoordelijk voor het aanvragen en zicht houden op hun voorraad van het promotiemateriaal van VGS-Nederland.
2. Elke lidvereniging maakt bij de promotie van de eigen vereniging (visueel en/of mondeling) kenbaar dat zij is aangesloten bij VGS-Nederland.
 - a. Er wordt onderscheid gemaakt in promotie bij een voorlichting/presentatie en een gesprek met een potentieel lid. Bij een presentatie wordt te allen tijde kenbaar gemaakt dat de lidvereniging onderdeel is van VGS-Nederland. In een gesprek is dit enkel van toepassing als blijkt dat het potentiële lid gaat studeren in een andere stad.
3. Er wordt niet negatief gesproken over andere christelijke verenigingen.
 - a. Het is voor geen van de partijen bevorderlijk om negatief over elkaar te spreken bij het promoten. De verschillen tussen christelijke verenigingen en verbanden uitleggen is goed, maar het is voor zowel het beeld van de eigen vereniging als de ander wenselijk om het positief te houden.
4. Het Dagelijks Bestuur draagt zorg voor de sociale media van VGS-Nederland die het promoten van de lidverenigingen als doel hebben.
 - a. De sociale media worden dus niet gebruikt voor interne communicatie.
5. Alle lidverenigingen van VGS-Nederland gebruiken de hashtag #VGSNederland in de beschrijving van hun posts op sociale media.
 - a. Dit is bevorderlijk voor het algoritme. Op deze manier zal het bereik van de posts van zowel de verenigingen als VGS-Nederland groter worden.
6. Op de website van VGS-verenigingen is zichtbaar dat de lidvereniging onderdeel is van VGS-Nederland.

- a. Ook moet er een klikbare link op het logo staan naar de website van VGS-Nederland.