



Ebook

Media aandacht

Auteur	Lorraine Vesterink
Datum	23 maart 2017
Expert Testimonial	Janneke van Heugten Jeannette den Boert

Versie: 1.0

De gegevens in dit ebook zijn met veel zorg opgesteld aan de hand van de in dit ebook vermelde bronnen. Niets uit dit ebook mag verveelvoudigd en/of openbaar worden gemaakt op welke wijze dan ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van De Unieke Ondernemer.

Ebook Media Aandacht

Inhoudsopgave

1 INTRODUCTIE	4
1.1 Inleiding	4
1.2 Onderwerpen E-book media-aandacht	5
2 DE VIJF BOUWSTENEN VAN PERSOONLIJKE GROEI EN ZAKELIJK SUCCES	6
2.1 Lichaam.....	7
2.2 Thuis	7
2.3 Relaties	7
2.4 Geld en werk.....	7
2.5 Geest.....	8
3 MEDIA EXPERT JANNEKE VAN HEUGTEN.....	9
3.1 Voor media-aandacht heb je charisma nodig. Wat is charisma voor jou?.....	10
3.2 Hoe kun je door onbevangenheid meer media aandacht krijgen?	11
3.3 Waarom is zichtbaarheid belangrijk?	12
3.4 Hoe kun je het beste starten om vaker in de media te komen?	13
3.5 Wat voor foto's gebruik je voor meer media aandacht?	15
3.6 Welke informatie geef je over jezelf aan de media?.....	16
4 TESTIMONIAL JEANNETTE DEN BOER	17
5 WIL JIJ MEER VERDIEPING	20

1 INTRODUCTIE

1.1 Inleiding

De Unieke Ondernemer is een ondernemersadviesbureau dat op 16 maart 2007 is opgericht. Wij helpen ondernemers met persoonlijke groei en zakelijk succes door:

Ons programma:

- Masterclasses in binnen- en buitenland voor persoonlijke groei en zakelijk succes
- Online masterclass

Onze producten

- Haalbaarheidsonderzoeken met als doel de geldverstrekker een objectief beeld te geven van de onderneming.
- Trainingen door onze experts zoals Netwerken, Ondernemersvaardigheden, Ondernemingsplan, Personal Branding en Media training
- Coaching door ervaren coaches die zelf ook ondernemer zijn

Ons team

Lorraine Vesterink is oprichter van De Unieke Ondernemer. Ze schreef 9 ondernemersboeken en is bekend van haar columns in het AD en Sprout en interviews op RTL 4, 5 en BNR. Zij geeft de masterclass. Het team van experts helpt ondernemers met onze producten.

1.2 Onderwerpen E-book media-aandacht

Dit E-book geeft je tips om meer media-aandacht te krijgen. In dit E-book worden drie punten uitgewerkt:

1. De vijf bouwstenen voor persoonlijke groei en zakelijk succes

De vijf basis bouwstenen zijn nodig om op orde te hebben voor jouw persoonlijke groei en zakelijke succes. Daarom komen deze vijf bouwstenen terug in al onze programma's en producten. Het is de basis voor alles wat je doet. Vanuit daar kun je jezelf verder ontwikkelen zoals het verkrijgen van meer media aandacht. Als jij vaker in de media wilt komen is het belangrijk dat je continu zorgt dat je jouw bouwstenen op orde hebt. De vijf bouwstenen komen uit het boek Passievitaliteit, de startmotor voor ondernemerslust. Dit boek was genomineerd voor managementboek en ondernemersboek van het jaar.

2. Tips van media expert Janneke van Heugten

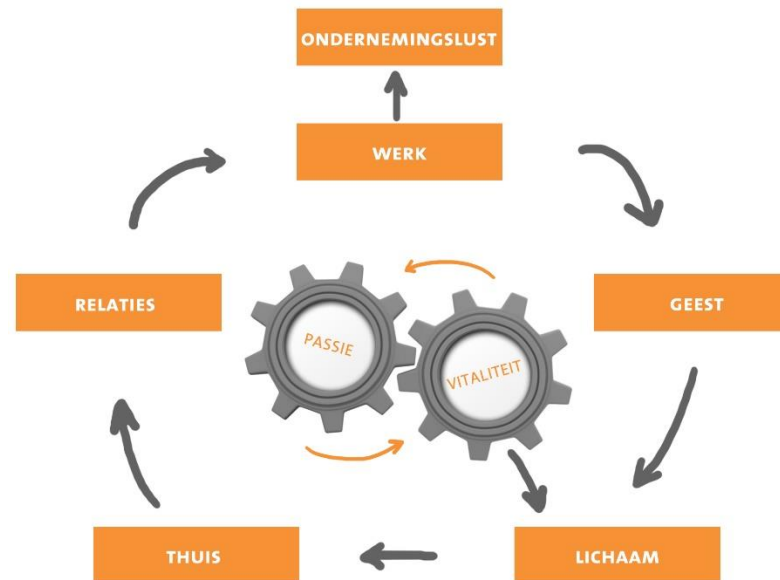
Janneke van Heugten is oprichter van Vaker in de Media (VIDM.nl). Dit is een platform waarbij je je kunt aansluiten als je vaker in de media wilt. Janneke organiseert diverse bijeenkomst waarbij ze tips geeft hoe je vaker in de media kunt komen. In dit E-book lees je haar verhaal.

3. Testimonial van masterclass deelnemer Jeannette den Boer

Jeannette den Boer volgde bij ons de masterclass in oktober 2016. In november nam ze verlof van haar baan bij de Rai en startte ze met haar broer de No Noxit campagne. Met als doel Nederland bij de Europese Unieke te houden. In februari zat Jeannette live bij Umberto Tan bij RTL Late Night. In de E-book lees je haar verhaal om jou te inspireren ook meer media-aandacht te krijgen.

2 DE VIJF BOUWSTENEN VAN PERSOONLIJKE GROEI EN ZAKELIJK SUCCES

De vijf bouwstenen zijn: **1) Geest, 2) Lichaam, 3) Thuis, 4) Relaties en 5) Werk & Geld.** (Bron: passiviteitsspiraal uit het boek Passiviteit, startmotor voor ondernemingslust). Dit zijn vijf bouwstenen waar je continu aan moet blijven werken om succesvol te zijn. Dus ook voor meer media-aandacht.



2.1 Lichaam

Om je passie te kunnen volgen is in eerste instantie een vitaal lichaam van belang. Vooral mensen die ooit in aanraking zijn geweest met een ernstige ziekte, zullen de absolute noodzaak van een goede gezondheid onderkennen. Beweeg je genoeg? Slaap je genoeg? Eet je gezond? Je lijf is je bedrijf! Zorg er goed voor.

2.2 Thuis

In tweede instantie is het belangrijk dat je 'thuissituatie' een goede uitvalsbasis voor je is waar je jezelf kunt zijn en tot rust kunt komen. Heb je genoeg ruimte? Ondersteunen de kleuren in je huis je humeur? Is er niet te veel lawaai? Is het er opgeruimd?

2.3 Relaties

De volgende stap gaat over de relatie die je onderhoudt met je partner, kinderen, ouders, familie en vrienden. Als je regelmatig onenigheid hebt met de mensen in je directe omgeving, vloeit al je energie weg en is er geen ruimte om jezelf te ontwikkelen. Dragen de mensen in jouw omgeving bij aan jouw succes? Ondersteunen ze je? Respecteren ze je?

2.4 Geld en werk

Uit ons onderzoek blijkt dat deze vijf bouwstenen met elkaar in verbinding staan. Je kunt namelijk niet passievol zijn in je werk bij ziekte, overlijden of scheiding en het is bijna onmogelijk om flexibel en marktgericht te zijn als je partner wil dat je elke avond op tijd thuiskomt. Omgekeerd kun je niet liefdevol zijn in je relaties als je ongelukkig wordt van het werk dat je doet.

2.5 Geest

Als je de vier bouwstenen op orde hebt ben je toe aan de vijfde bouwsteen: het ontwikkelen van spiritualiteit als aanvulling op je dagelijkse activiteiten. Aan de andere kant kan het ook zijn, dat je eerst moet werken aan een handige *mindset* om de andere bouwstenen op orde te krijgen. Het kan ook zijn dat jouw gezondheid je in de steek laat en je daarom ook op zoek bent naar meer verdieping en verbinding van lichaam en ziel. De passie-vitaliteitsspiraal kan in dat geval ook andersom werken. Als je meer aandacht krijgt voor spirituele zaken, kan het zijn dat je hierdoor je werk beter relateert en dat je meer plezier ervaart. Hierdoor ben je meer jezelf, sta je opener voor relaties, gaat het thuis beter, ervaar je meer rust en voel je je tot slot gezonder. En dus: gelukkiger.

3 MEDIA EXPERT JANNEKE VAN HEUGTEN



“Het is belangrijk dat er meer vrouwen aan het woord komen in de media. En ook de beeldvorming van de vrouw in de media moet veranderen. Daarom werk ik graag mee aan dit E-book.”

Interview met Janneke van Heugten, oprichter van Mediaplatform VIDM. Door Lorraine Vesterink en Lizet van Triet uit het boek Charismatische Vrouw.

3.1 Voor media-aandacht heb je charisma nodig. Wat is charisma voor jou?

“Ik vind mensen met een open en vriendelijke uitstraling heel puur en charismatisch. Dan zie ik iemand die onbevangen is, met een frisse open uitstraling: ‘What you see is what you get.’ Je kunt ook charisma hebben als je timide en ingetogen bent, zolang je maar oprecht bent.

Iedereen kan volgens mij charisma hebben, ongeacht zijn of haar uiterlijk. Erica Terpstra had altijd een vrij stevig postuur en ik heb haar altijd ontzettend charismatisch gevonden. Je hoeft dus niet knap te zijn of een strak lijf te hebben. In de media wordt wel vaak op het totale mooie plaatje geselecteerd. Ik blijf dat ongemakkelijk vinden, want het gaat vooral om de boodschap van de persoon.

Vroeger was ikzelf heel onzichtbaar en verre van charismatisch. Ik denk dat je pas kunt spetteren op het moment dat je gezien wordt. Dat is nu mijn drive: ‘Mensen laten spetteren.’ Want als ik, dat onzichtbare meisje van vroeger, nu zo kan genieten op het podium, dan is het voor iedereen mogelijk.

Of iemand charisma heeft, zie ik direct aan een oogopslag, of ik merk het als ik iemand de hand schud. En wanneer ik iemand ontmoet, dan straalt die persoon uit 'hier ben ik' of juist de 'let maar niet op mij'-houding. Die laatste persoon heeft meestal een blokkade en is vaak bang om fouten te maken. Ik denk dat perfectionisme de grootste dief van charisma is. Iedereen heeft charisma in zich, maar zodra je bang bent om fouten te maken, dan blokkeer je je eigen charisma. Dat merk je vooral bij vrouwen, omdat die het vooral graag perfect willen doen, ook in interviews met de media. Vrouwen zeggen vaker 'nee' tegen een interview, omdat ze eerder bang zijn niet alle vragen te kunnen beantwoorden. Maar het is zonde om je te laten weerhouden, want daardoor ben je minder zichtbaar.

3.2 Hoe kun je door onbevagenheid meer media aandacht krijgen?

"Vooral door het maken van vliegrepen kun je meer onbevagen worden. Als mensen **meer lef** zouden tonen en vaker zouden accepteren dat ze af en toe een fout maken, dan zouden ze meer leren, meer zichtbaar zijn en meer charisma hebben. Als je heel geforceerd gaat leven omdat je bang bent om een fout te maken, dan blokkeer je je leerproces. Daarnaast kom je niet echt onbevagen over. Als mensen voelen dat je ze echt verder wilt helpen, willen ze meer van je horen.

Ik denk dat mijn eigen charisma met de jaren toeneemt. Juist omdat ik steeds beter fouten durf te maken. Vroeger voelde ik me daar heel ongemakkelijk bij. Nu accepteer ik dat veel meer. Ik wil het nog steeds graag goed doen, maar na een fout ga ik gewoon verder en denk ik 'dat had ik anders moeten doen' en klaar.

Mijn charisma heeft zich meer ontwikkeld sinds ik ondernemer ben. Daardoor moest ik wel zichtbaar worden. En beslissingen nemen die mij in kranten en op podia doen belanden. Nu weet ik dat het beter is **uit liefde voor jezelf** beslissingen te nemen en niet uit angst voor wat er fout kan gaan. Als je dat doet, vind ik dat je ook een goed voorbeeld bent voor anderen. Zoals in mijn geval voor andere vrouwelijke ondernemers.

Hoe werd jijzelf onbevagener?

"Toen ik opgroeide, was ik vrij onzichtbaar. Ik heb drie oudere zussen die de keukentafel al voldoende vulden met geklets. Om mijn ouders zo min mogelijk last te bezorgen heb ik mij daarom onbewust zo rustig en bescheiden mogelijk opgesteld. Ik heb achter de schermen wel veel gepuberd en in de kroeg gehangen, maar daar kregen mijn ouders toen weinig van mee. Ze hadden er daarom weinig last van. Ik ben Publiciteit, Voorlichting en Informatie gaan studeren. Daarvoor moest ik presentaties geven, wat ik echt verschrikkelijk vond. Ik werkte die, met een monotone stem en zonder contact te maken met mijn publiek, zo snel mogelijk af. Ik zou toen nog liever verdwijnen of met krokodillen zwemmen dan op een podium staan.

Ik was bang dat iedereen naar me zou kijken en zou denken dat ik heel raar was of dat ik niets belangrijks te vertellen had. Ik voelde me schuldig dat mensen tijd voor mij vrij moesten maken.

Mijn vader zei altijd dat mijn bescheidenheid mijn mooiste eigenschap is. Ik merkte dat het zakelijk gezien de meest onhandige eigenschap is die je maar kunt hebben. Want ik maakte mijzelf en mijn kwaliteiten daardoor compleet onzichtbaar en ongeloofwaardig.

Als ondernemer in mijn branche móest ik me op een gegeven moment wel zichtbaar maken. Ik vind dat het delen van mijn kennis en het helpen van mensen belangrijker is dan de angsten die ik had. Dat heeft mij wel heel erg geholpen. De eerste twintig, dertig presentaties had ik nog wel een rode kop. Nu heb ik aan het einde van een presentatie nog steeds een rood hoofd, maar dan van puur enthousiasme.”

3.3 Waarom is zichtbaarheid belangrijk?

“Maak datgene zichtbaar wat je kunt. Ik vind het zonde als mensen bepaalde capaciteiten hebben en die niet gebruiken. Pas als je je talent zichtbaar maakt, kan het op waarde worden geschat. Jezelf zichtbaar maken is eigenlijk hetzelfde als jezelf profileren. Je maakt dan duidelijk welke oplossingen jij voor anderen hebt en hoe mensen je kunnen vinden. Als je alleen maar zegt wie je bent, dan zegt dat niet zoveel. Het gaat er om hoe je jouw kennis verpakt in raadgevingen voor anderen. Dat is wat we eigenlijk allemaal aan het doen zijn: anderen verder helpen. Dit zorgt ook voor meer en leukere opdrachten.”

Ik stond al jaren op het podium toen ik een belangrijke tip kreeg van sprekerscoach Lianne Ebbinkhuijsen. Ze zei: ‘Je bent alleen maar kennis aan het spuien, maar de mensen willen eerst weten wie je bent. Vertel ook wat over jezelf, bijvoorbeeld over het gezin waar je uit komt.’ Lianne merkte toen dat mijn passie voor mijn werk gebaseerd is op ervaringen van vroeger. Daar had ik nog nooit bij stilgestaan. Het is goed om je eigen verhaal te vertellen, dat geeft inzicht en scheidt een band met je publiek. Men voelt zich daardoor meer betrokken bij jou. Naast kennis helpt het om ook jouw verhaal echt te delen.”

Wees trots op degenen die je wél inspireert, in plaats van te balen van degenen die je niet mee krijgt. Dat moeten vrouwen denk ik iets meer leren dan mannen. Op het moment dat je in de media komt, zal de helft van de kijkers of lezers misschien een negatieve mening over je hebben. Opbouwende kritiek, waar je iets mee kunt, dat is prima. Maar als ze alleen maar ongefundeerd negatieve feedback spuien, dan moet je je daar niets van aantrekken. 'Geen Stijl' heeft ook weleens een blog over mij geschreven. Ik werd beschreven als een lesbische tuinbroek dragende, kortharige feminist, omdat ik mij inzet voor de zichtbaarheid van vrouwelijke deskundigen in de media. Een vriend vroeg me of ik het niet heel erg vond dat ze mij neerzetten als iemand waar hij mij niet in herkende. Ik antwoordde dat ik het even vervelend vond. Maar later zag ik het wel als compliment. Want ik ben blijkbaar zichtbaar genoeg dat ik het waard ben om over te praten. Als je niet in de media komt, zijn er misschien maar tien mensen die weten wat je doet en waar je voor staat.

Door niet zichtbaar te zijn in de media mis je wel al die mensen die anders ook enthousiast over je zouden zijn geweest."

3.4 Hoe kun je het beste starten om vaker in de media te komen?

"Je kunt in eerste instantie voor radio-interviews kiezen. Redacteurs van radioprogramma's zoeken zeker ook vrouwelijke gasten. Het probleem is dat de meeste vrouwen 'nee' zeggen. Toch is radio een goede training om mee te beginnen. Er wordt niet naar je gekeken, waardoor je beeldend moet kunnen vertellen. Door veel voorbeelden te noemen zorg je dat er herkenning ontstaat en dat mensen blijven luisteren. Het is werkelijk een mega goede mediatraining. Als je dat goed doet, dan weet je zeker dat je daarna betere interviews geeft voor gedrukte media en televisie. Om voor een radio-interview gevraagd te worden is het handig om de actualiteit over het onderwerp waarin jij expert bent, in de gaten te houden. Via [Vakerindemedi.nl](http://vakerindemedi.nl) krijg je toegang tot journalisten en hun specialisatie. Als je weet welke journalisten bij jouw onderwerp 'horen', volg die dan op social media.

Zorg er wel voor dat jij je dan vakinhoudelijk als interessant genoeg profileert zodat je terug gevolgd wordt. Op het moment dat er iets op jouw vakgebied in het nieuws is, neem je contact op met de journalisten die over jouw specialisme schrijven. Op die manier zal jij de eerste zijn aan wie ze nadere informatie vragen. Stel je bent als psycholoog gespecialiseerd in het behandelen van mensen met een burn-out en je hoort op het nieuws dat er een toename is van het aantal werknemers met een burn-out. Dan is dat hét moment voor jou om contact op te nemen met de mensen op jouw lijst die hierover schrijven en de redacties van actualiteitenprogramma's. Door het geven van radio-interviews leer je makkelijker praten en ga je je daardoor meer comfortabel voelen bij het geven van interviews. En hoe comfortabeler jij overkomt in het contact met de media, hoe duidelijker jouw charisma zich aftekent.

Ik merk dat veel mensen afvragen waarom ze, ondanks hun kennis, niet door de media gebeld worden. Mensen denken vaak dat als ze op hun terrein maar goed genoeg zijn, ze vanzelf wel gevonden worden. Maar je moet echt zelf het initiatief nemen en lef tonen. Het is prettig voor de redactie als je contact opneemt: je helpt ze er echt mee. Daarnaast kun jijzelf nieuws creëren, bijvoorbeeld door onderzoek te doen. Of door trends te signaleren. Bijzondere verhalen zijn ook nieuwswaardig. Hoe groter de invloed op het dagelijks leven, hoe groter de nieuwswaarde. Zo kan een nieuwe hippe app die enorme invloed heeft op het dagelijks leven, zeer nieuwswaardig zijn, net als een nieuw medicijn voor nierpatiënten die 300 doden per jaar voorkomt. Dus hoe groter het maatschappelijk belang, hoe groter de nieuwswaarde.

Een andere tip is om blogs te schrijven. Zorg dat je die optimaal uitzet in social media. Plaats je blog met verschillende 'koppen' op je eigen site en op vaksites. Zo plaats ik mijn blog onder mijn profiel op Vakerindemedia.nl, maar ook op Jannekevanheugten.nl en op DeOndernemer.nl. Ga daarnaast in de komkommertijd bij journalisten langs om persoonlijk kennis te maken. Dan kun je snel schakelen als je nieuws hebt. Het mes snijdt zo aan twee kanten: jij helpt die journalisten weer aan een goed verhaal.

Zorg dat je een uitgesproken mening hebt. Want als je die niet hebt, dan ben je redelijk saai voor de lezer, kijker of luisteraar. Het enige dat de journalist wil, is zijn publiek goed bedienen. En jij bent gewoon een ingrediënt om dat voor elkaar te krijgen."

Doe ook mee met awards. Elk jaar reik ik, samen met ZijSpreekt, vanuit Mediaplatform VIDM de 'Vrouw in de media award' uit. De eerste award ging naar Neelie Kroes. Zij toont een soort onverwoestbaarheid. Misschien trekt ze zich de dingen aan die over haar gezegd worden, maar het lijkt erop of dat niet zo is. Zij is een heel goed rolmodel voor jonge meisjes, maar ook voor vrouwen van mijn generatie. De tweede award ging naar Femke Halsema. Haar vind ik onwijs charismatisch, toegankelijk, vol humor en passie. Femke heeft echt vlieguren moeten maken om zo zelfverzekerd te worden, maar zij heeft wel de kans gekregen én gegrepen om dat te doen. Dat is gelijk mijn allerbelangrijkste tip: 'Maak zoveel mogelijk vlieguren.' Het grappige is dat alle winnaressen dat ook gedaan hebben; zij hebben zoveel als mogelijk was geoefend om te presenteren en om hun boodschap door te geven. De derde award ging naar Petra Stienen. Zij is een prachtig voorbeeld van iemand die zichzelf laat zien en tegelijk kwetsbaar durft te zijn. Ze staat heel duidelijk ergens voor en ze schrikt er niet voor terug om te laten zien als iets haar raakt. Dat vind ik heel sterk en dapper van haar. En de vierde award ging naar Tineke Ceelen. Zij heeft een hoge gunfactor. Ze krijgt veel mensen mee met haar verhaal en brengt hen in beweging. Als je dat kunt, dan komt dat vast en zeker ook door haar charisma. Alle vier de winnaars vind ik zeer charismatisch. Ze zijn puur, oprecht en vol passie.

Linda de Mol vind ik ook een charismatische vrouw. Zij heeft een soort 4D-medium om zich heen. Ze is online, offline, op televisie. Radio komt misschien ooit nog. Ze wordt aan alle kanten belicht. En bovendien verdient ze er nog aan doordat ze zichzelf heeft uitgebouwd in de media. Als je opgroeit in een omgeving waar het eigenlijk vanzelfsprekend is dat je in de media wat gaat doen, dan zou dat ook tégen je kunnen gaan werken. Het is dan misschien juist wel moeilijker. Veel mensen zeggen: 'Oh ja, maar zij is er zo makkelijk gekomen.' Daar heeft zij lak aan gehad. Ik vind het dapper van haar dat ze die kans toch pakt. En zij heeft humor en zelfspot, dat vind ik ook erg fijn."

3.5 Wat voor foto's gebruik je voor meer media aandacht?

"Zorg voor een goede beeldbank, met foto's in hoge resolutie, zodat mensen van de pers zelf kunnen bijsnijden in het formaat naar keuze. Laat de foto's door een professionele fotograaf maken met wie het klikt. Dat zie je namelijk terug in de foto. Als je geen professionele foto's hebt, laat je ook niet zien dat je jezelf serieus neemt. Ik zie regelmatig ondernemers die foto's hebben laten maken met hun tuin op de achtergrond. Niet doen, je bent geen tuinarchitect! Geef mensen de keuze tussen een close-up én een totaalplaatje. En houd het zakelijk.

Het is frappant dat in het onderzoek dat ik heb gedaan, naar voren kwam dat vrouwen in de media meer van veraf en kleiner worden afgebeeld dan mannen. Linda de Mol werd als één van de weinige vrouwen wel heel groot geportretteerd, met een flinke close-up. Dat zie je niet vaak in de Nederlandse media. In Duitsland is het nog erger. Daar worden mannen echt als helden geportretteerd. Vrouwen worden daar letterlijk klein gehouden. Hoe je vrouwen in beeld brengt, heeft invloed op hoe ze naar zichzelf kijken. Vrouwen als minder belangrijk working force in beeld brengen heeft invloed op ons denkbeeld. Daardoor kunnen vrouwen denken dat het onmogelijk is om een stap hogerop te maken. Stereotiepe beeldvorming van vrouwen in de media heeft invloed op de keuzes die meisjes en vrouwen maken, ook qua studie."

3.6 Welke informatie geef je over jezelf aan de media?

"Alles wat aandacht krijgt groeit. Iedereen speelt meerdere rollen in het leven. Als je vanuit je beroepsrol wordt geïnterviewd, wil je toch niet dat dit qua aandacht overschaduw wordt door de rol die jij thuis hebt? Doe in de media niet zomaar uit de doeken hoe je thuissituatie in elkaar zit, want vrouwen worden drie keer vaker dan mannen als verzorger van het gezin neergezet. Het nadeel is dat hierdoor je deskundigheid met betrekking tot je beroep eerder in twijfel wordt getrokken. Dat is natuurlijk te zot voor woorden. Toch raad ik vrouwen met kinderen aan om hun moederschap niet te veel te belichten. Het gebeurt te vaak, ook bij politica's, dat dit het uitgangspunt van een interview is, terwijl het bij mannen vaker om hun kennis gaat."

4 TESTIMONIAL JEANNETTE DEN BOER



“De public speaking skillss uit de Masterclass kwamen goed van pas. Bovendien wordt meteen helder hoe belangrijk het is om een moodboard te maken.”

4.1 Van de Masterclass naar RTL Late Night

21 februari 2017

Na de masterclass die Jeannette den Boer in oktober bij Lorraine volgde, waagde ze de sprong en ging ze haar doel achterna: Nederland moet binnen de Europese Unie blijven! Eind november nam ze verlof van haar werk en zette ze zich vol in voor het project No Nexit!

Hoe dit allemaal begon?

Jeannette: 'De dag na de Brexit zat ik met mijn broer op het terras. Wij waren zo verbaasd en geschokt dat er echt een Brexit had plaats gevonden. We zagen dat er zoveel jongeren teleurgesteld waren na de uitslag, maar kwamen erachter dat ook een groot gedeelte van de jongere generatie niet had gestemd. We besloten die dag dat dat niet mag gebeuren in Nederland en zijn een No Nexit campagne gaan voorbereiden.

In de tussentijd kwam ik met Lorraine in contact. Tijdens de masterclass kwam ik erachter dat ik dit heel graag wil gaan doen. Zij heeft me geholpen om deze sprong ook daadwerkelijk te wagen. Ik heb een maand later mijn werkgever opgebeld en kreeg van hen de ruimte om met verlof te gaan. Ze steunde het initiatief en vanaf december ben ik me hier vol voor aan het inzetten!

In de campagne maken we jongeren ervan bewust hoe belangrijk het is dat je zelf kiest voor je toekomst. 364 dagen van het jaar maak je je eigen keuzes en waarom dan niet die ene dag dat je je stem mag uitbrengen die van groot belang is voor je toekomst? Inmiddels werken er veel vrijwilligers mee aan dit project! Ook zijn we een crowdfunding campagne gestart om de campagne te financieren en een grote doelgroep te kunnen bereiken.'

Wat houdt No Nexit in?

‘Op 15 maart zijn de verkiezingen. Als we de onderzoeken moeten geloven is er een reële kans dat we uit de Europese Unie dreigen te gaan. Door nu het gesprek te starten kunnen we dit voorkomen. In de campagne activeren ze jongeren naar de stembus te laten gaan en te kiezen voor een partij die in Europa wil blijven.’

Gisteravond, 20 februari vertelde Jeannette haar verhaal bij RTL Late night! De public speaking skills in de Masterclass kwamen goed van pas. Bovendien wordt meteen helder hoe belangrijk het is om een **moodboard** te maken. Een vast onderdeel van de terugkomdag van de masterclass. Rtl late night stond hier al op.’

Doorzetten en dankbaarheid

Al zijn je doelen nog zo scherp, je moet wel doorzetten als het tegenzit. Dat deed Jeannette den Boer, samen met haar broer waarmee ze de campagne leidt. Vanuit De Unieke Ondernemer zijn we ongelooflijk trots op Jeannette. Als je uiteindelijk beloond wordt om je doelen in de landelijke pers te mogen presenteren is dankbaarheid op z'n plaats.

5 WIL JIJ MEER VERDIEPING

Wil jij betere keuzes maken met als doel persoonlijke groei en zakelijk succes, krijg gratis handvatten tijdens het webinar van Lorraine Vesterink. Meer informatie vind je op www.deuniekeondernemer.nl/gratiswebinar.



“Geluk is met veel plezier doen wat veel plezier geeft! Graag zie ik je in mijn webinar zodat ik je nog meer tips kan geven voor meer media-aandacht. Met als doel: persoonlijke groei en zakelijk succes. Ga ondertussen vast aan de slag met de vijf bouwstenen, want dit is jouw basis voor groei.”

BRONVERMELDING

De volgende personen en bronnen zijn geraadpleegd bij het schrijven van dit ebook.

Personen

- Janneke van Heugten - Vaker in de media
- Jeannette den Boer - No Nexit

Algemeen

- Boek Passievitaliteit - Lorraine Vesterink
- Boek Charismatische Vrouw - Lizet van Triet en Lorraine Vesterink

Website

www.deuniekeondernemer.nl