

Communicatiedoelen

Awareness bouwen:

Er is op dit moment al redelijke awareness rondom de medicatie dispenser en dat er al best een aantal op de markt zijn. Ons concept is echter vrij uniek aangezien het meerdere producten bevat voor verschillende doelgroepen. Het is dus belangrijk dat alle doelgroepen weten dat het product bestaat, wel moet er dan goed gekeken worden hoe het beste de verschillende doelgroepen bereikt kunnen worden met verschillende types media en welke het beste is voor een bepaalde doelgroep.

Verstrekken van Informatie:

Het is natuurlijk belangrijk naast awareness bouwen dat er ook duidelijk wordt wat nu de voordelen zijn van ons product, hierbij is het dan ook belangrijk, omdat het product voor verschillende doelgroepen is, dat er gehighlight wordt wat de voordelen zijn voor de doelgroep waarvoor de boodschap is gericht.

Longlist

Voor de concepten is het kijkend naar de doelgroep belangrijk om een medium te pakken waarmee ze bekend zijn. Onze doelgroep bestaat uit: ouderen (65+), zorgmedewerkers (20 – 55), en mantelzorgers.

Voor een ouderen doelgroep is het belangrijk om te kijken met welke media zij vaak mee in aanraking komen, hier valt vooral veel fysieke media onder zoals kranten en magazine reclames, maar ook tv en radio reclames.

Vanuit Eurocom hebben wij als richting gekregen dat het beste is om in te werken, dit komt vooral neer op gemeentes en andere bedrijven die het project moeten financieren. Voor deze doelgroep is het belangrijk om awareness te creëren en dit te doen met een korte video die laat zien wat het product nu inhoud. De video moet vooral overtuigend zijn binnen het concept en de verschillende key-factors die het product uniek maken goed naar boven laten komen.

Ideeën voor de doelgroepen.

- *Tv reclame*
- *Demo Video*
- *Radio reclame*
- *Internet (YouTube / Google / Facebook) reclame*
 - *Gepersonaliseerde reclame*
 - *YouTube ads*
 - *Google recommended*
- *Posters*
- *Kranten reclame*
- *Magazine reclame*
- *Billboards*
- *Reclame op bushaltes / stations*
- *Flyers*

Creatief Concept dat aansluit bij de doelgroep

Het beste dat idee dat voor onze doelgroep werkt is waarschijnlijk een strakke demo video te maken, met hierin informatie over de dispenser en wat het doel uiteindelijk is van het product. Dit kan gedaan worden met 3D animatie om zo de dispenser het beste naar voren te laten komen, en de verschillende functies te animeren zodat deze ook duidelijk uitgebeeld worden. Dit idee kan ook gebruikt worden voor de ouderen doelgroep om het uiteindelijk dan op televisie als reclame te laten zien.

Als het binnen de zorgverlener / mantelzorger doelgroep moet vallen en van persoon naar persoon moet gaan is het belangrijk om het persoonlijk te maken en via social media te laten gaan.

De meeste mensen uit de doelgroep gebruiken whatsapp en facebook het meeste als social media. Dus een eventuele stunt die ervoor zorgt dat deze berichten ook echt gedeeld worden met elkaar zou goed werken. Het gedeelte van ons product dat hier het beste voor zou werken is de Zorgrobot, wie deze het beste kan personaliseren, of wie er het leukste gesprek mee kan houden. Wanneer dit gedeeld wordt via social media komen andere mensen ook weer op de hoogte van wat de zorgrobot is en waar het bij hoort.

Shortlist

Een 3D demo video.

Bevat een korte video die het concept uitlegt over de dispenser en hoe deze in elkaar zit. Is een zeer formele video die gebruik maakt van 3D modellen om het zo visueel te maken. Zorgt ervoor dat het bedrijf die de dispenser gaat financieren genoeg inzicht krijgt wat de dispenser nu kan doen en wat de functies zijn.

Creates awareness.

Verstrekken van informatie

Het moet uiteindelijk van mond tot mond verspreid worden met behulp van de video, het valt dus vooral onder earned media. Het maakt ook gebruik van al het bestaande product en er is hier dus een video van gemaakt die gedeeld wordt en valt dus ook onder owned media.

Owned en Earned media

Gepersonaliseerde Facebook ads

Zorgt ervoor dat mensen de zorgrobot zelf gaan promoten door middel van het te personaliseren, door dit online te plaatsen op social media zien andere mensen dit product en kunnen ze nadenken of ze dit product ook eventueel willen voor hun ouderen.

Earned en Paid media

Het is vooral earned media omdat mensen het vooral moeten delen via social media en er via deze manier dus achter komen wie het goed kan personaliseren. Het kan versterkt worden door Paid media om er zo voor te zorgen dat bekende figuren het product gebruiken en dit delen via social media, zodat het product nog bekender wordt.

Demo Video

Communicatie Strategie

Doelgroep:

Professionals in het veld, bedrijven, werknemers.

De doelgroep van de demo video bestaat voornamelijk uit bedrijven die het product gaan financieren. De video moet dus een indruk achterlaten dat ervoor zorgt dat de bedrijven geld willen investeren in het product.

Doelstelling:

Het uiteindelijke doel van de video is het awareness bouwen onder de bedrijven en het verstrekken van informatie zodat de bedrijven weten wat het product nu eigenlijk is en wat de functies zijn binnen het product. Wanneer deze twee doelen bereikt zijn is het bedrijf overtuigd dat het geld wilt gaan investeren in het product.

Wensen van de opdrachtgever (briefing):

De opdrachtgever heeft natuurlijk de wens dat zoveel mogelijk bedrijven geïnteresseerd zijn in het product zodat ze veel investeringen binnen halen.

Media Strategie

Cross-overs van medium A naar medium B en medium C

Call-to-actions

Content Strategie

Het 3-S model

Searchable: De content van het product moet natuurlijk het probleem van de opdrachtgever oplossen. Het gebruiken van zoektermen is hier nog niet echt bij van toepassing aangezien de video voornamelijk toepasselijk is voor grotere bedrijven als demo video, maar mocht de video de reclame industrie ingaan is het wel belangrijk dat het product een catchy naam heeft, goede visuals die de stijl aangripend en toepasselijk maken voor televisie en alle informatie moet uit de video duidelijk zijn.

Snackable Content: De content in de demo video moet goed te consumeren zijn, het moet in één oogopslag duidelijk zijn wat er bedoeld wordt met het product. Het is hierbij dus belangrijk om de verschillende functies te highlighten en hier een snelle demo van te geven binnen de video, wanneer dit goed gedaan is weet de kijker meteen wat het doel van de video is.

Shareable Content: Het is natuurlijk belangrijk dat de video verspreid wordt. Met een demo video kan dit nog wel een probleem worden aangezien het nog maar een 'demo' is. Maar wanneer de demo een goede impressie achterlaat kan het onderling door bedrijven ook worden verdeeld aan andere faciliteiten die interesse hebben in het product.

Argumentatie van het soort content

Ik heb er voor gekozen om een demo video te maken, met deze video kan ik snel en professioneel de verschillende functies uitlichten van ons product met 3D animatie.

Het prettige aan een 3D model maken is dat het product nog niet helemaal af hoeft te zijn om te laten zien wat de uiteindelijke functies zijn. Er kan ook beter geïllustreerd worden wat de functies zijn omdat er binnen 3D animatie meer geëdit kan worden met camera en vervorming van het product.

Het valt dus voornamelijk onder curated content aangezien het een demo video is. Er moet informatie uit worden gehaald om te zien of de investeerders geïnteresseerd zijn in het product. Waarin zijn ze precies geïnteresseerd, zijn ze het eens over de stijging van het product, willen ze investeren in het product, etc.

Semiothiek

Beeldgebruik:

Lichte / witte kleuren als achtergrond

Beelden van dagelijks leven van de patiënt / doelgroep goed in beeld krijgen

Dispenser functies highlighten

Typografie

Lichte en ronde fonts [Nunito font]

Zwarte / witte tekst

Tekst rustig het beeld in en uit laten komen

Tekst bevat alleen de hoofdtopic van de functie

Short-Copy

Een slogan die het product beschrijft in een of twee korte zinnen.

Voorkom de verwarring met al de medicatie, de smart dispenser heeft alles al geregeld.

Haal de smart dispenser in huis, en woon langer in uw eigen thuis.

Selling Points

- Modular
- Dispenser
- Display
- Replaceable capsules

Tone-of-Voice

Een rustige tone of voice, het product blijft een demo video, dus een professionele volwassen stem die uitlegt wat het product is en niet te afleidend is van de video.