

Communicatiestrategie Mynd.

Door: Roos van der Linden, strateeg team Crinpo

In nauwe samenwerking met Romy, de conceptontwikkelaar in het eerste deel van kwartaal 4, is er gewerkt aan een passende communicatiestrategie voor de Mynd. app. Deze strategie en bijbehorende gedachtes en doelstellingen, moeten ervoor zorgen dat de app op een juiste manier gecommuniceerd gaat worden naar de doelgroep.

Waarom deze app?

Om te benadrukken dat standaard apps en de denkwijze waarop onzekere vrouwen zich baseren als zij willen afvallen erg achterhaald zijn, is de focus op BMI verplaatst naar de focus op me. Wie ben ik? Wat geeft mij energie? Is mijn onzekerheid terecht of gebaseerd op het plaatje dat volgens de samenleving wordt bestempeld als 'perfectie'?

Overkoepelende idee

Een gezond BMI, slanker worden, meer in beweging komen, voedszaam eten. Het zijn een paar simpele voorbeelden van het standaard afvallen. En in dat standaard proces moet een verandering komen, want is deze achterhaalde manier van afvallen nog wel passend bij een tijd waarin zelfliefde steeds toegankelijker wordt?

Het overkoepelende idee van de Mynd. app is om oude patronen te doorbreken en niet te denken in BMI, maar in Mindful Me. Een proces dat niet begint bij het lichaam om zich te vertalen naar een betere mentale gezondheid, maar een reis die innerlijk start om een uiterlijke transformatie als gevolg te hebben.

Gekozen strategie: Behoeftestrategie

Voor de promotie van de Mynd. app willen we de zelfbedachte behoeftestrategie inzetten. Wij zijn ervan overtuigd dat het voor afvallen en gezonder leven essentieel is dat je genoeg zelfvertrouwen en zelfliefde ervaart dat je ook echt beter voor jezelf wil zorgen. De behoefte van onze doelgroep lijkt in eerste instantie misschien 'afvallen', maar de onderliggende behoefte is zelfverzekerder worden en meer houden van zichzelf.

Vanuit deze behoefte willen we ook communiceren naar de doelgroep. We willen de app in de markt positioneren als een app die geen 'traditionele' afvalapp is. Wij leggen de focus namelijk niet op de fysieke before en after, maar de mentale. Hiermee onderscheiden we ons van het grote aanbod aan apps die zich puur focussen op fysieke resultaten.

Propositie/kernboodschap

De Mynd. app biedt de juiste tools om het proces naar zelfliefde en gezondheid intern te beginnen, om zo uiteindelijk in uiterlijk te transformeren.

Pay-off

Van BMI naar Mindful Me

Doelstellingen

Kennis

Voor 1 maart 2022 kennen 75 personen uit de doelgroep de Mynd. app.

Houding

Voor 1 juni 2022 staan 50 personen uit de doelgroep positief tegenover de Mynd. app

Gedrag

Voor 1 september 2022 gebruiken 25 personen uit de doelgroep de Mynd. app.