

COMMUNICATIE-, MEDIA-, CONTENT STRATEGIE

INHOUD

Inleiding_____	3
Doelgroeponderzoek _____	4
Persona´s_____	4
Communicatiedoelstellingen_____	5
Communicatiestrategie_____	5
Middelen_____	6
• Posters_____	6
• Flyers_____	6
• Facebook_____	6
• Instagram_____	8
• Campagnestunt_____	9
• Website_____	10
Content kalender_____	11
Customer journey_____	12
Bronnenlijst_____	13

INLEIDING

In dit document leggen we aan de hand van de customer journey, content kalender en de omschrijving van de middelen onze complete media strategie uit. Zo beschrijven we in de customer journey de complete reis door de middelen die een persoon van de doelgroep maakt.

Daarnaast wordt er verdere uitleg gegeven over deze middelen, de categorieën waarin deze toebehoren en een volledige content kalender zodat het duidelijk is wanneer de middelen moeten worden toegepast.

DOELGROEPONDERZOEK

De doelgroep bestaat uit HBO/WO studenten die kapot worden gegooit met prikkels van social media, studie en andere zaken. Tegenwoordig moet alles snel en krijgen we nauwelijks tijd om even gas terug te nemen. Vooral bij jongeren is de stress veel toegenomen in vergelijking met voorgaande jaren. Deze jongeren die veel stress en onrust ondervinden zijn onze doelgroep.

Een deel uit deze doelgroep heeft zelf al eerder rustige (klassieke) muziek opgezocht tijdens het studeren. Ze zijn dus bekend met deze rustige muziek en vinden dit niet saai maar juist rustgevend. Het andere deel houdt van gezelligheid en opstap gaan met vrienden maar willen tegen hun stress ook een momentje rust.

PERSONA'S

ELLA VAN KNIPPENBERG



"Ik kan niet wachten om naar Lowlands te gaan"

LEEFTIJD 22

WERK Bediende

OPLEIDING Communicatie

WOONPLAATS Den Bosch

HOBBY Series kijken

ARCHETYPE Festivalier

Sociaal Leergierig

Spontaan Zelfstandig

BIO

Ella is een spontane meid die graag naar festivals gaat. Het liefst is ze bij vrienden om samen series te kijken. Ze staat open voor nieuwe dingen en leert graag bij.

PERSOONLUKHEID



MERKEN



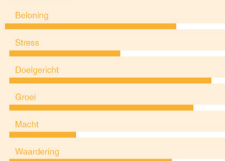
DOELEN

- Afstuderen
- Van de zomer naar Lowlands gaan
- Eigen bedrijf starten

FRUSTRATIES

- NS
- Alleen zijn
- Slechte wifi

MOTIVATIES



NIKAY KOPPERS



"Als er een probleem is is er ook een oplossing"

LEEFTIJD 20

WERK Plus

OPLEIDING ICT & Technology

WOONPLAATS Eindhoven

HOBBY Gamen

ARCHETYPE Chiller

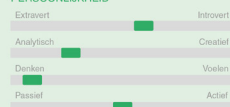
Lui Technisch

Rustig Hulpvaardig

BIO

Nikay is een student die erg technisch is ingesteld. Hij vindt het leuk om mensen te helpen met technische problemen. In zijn vrije tijd houdt hij van gamen en chillen met zijn vrienden.

PERSOONLUKHEID



MERKEN



DOELEN

- Afstuderen
- Een leuke baan vinden
- Werken bij Microsoft

FRUSTRATIES

- Apple
- Code errors
- Veel huiswerk hebben

MOTIVATIES



COMMUNICATIEDOELSTELLINGEN

Als communicatiedoelstelling willen wij awareness bouwen. Hiermee is het belangrijk dat er een identiteit voor ons merk wordt ontwikkeld. Met deze communicatiedoelstelling willen wij onze doelgroep effectief bereiken, zodat ze het merk snel zullen herkennen.

De communicatiedoelstelling zal worden behaald met behulp van de content- en mediastrategie die in dit document worden uitgelegd.

COMMUNICATIESTRATEGIE

Als communicatiestrategie gebruiken wij de merkactivatiestrategie. Deze strategie gebruiken we om meer publiciteit te creëren voor de campagne. We willen het merk onder aandacht brengen bij de doelgroep. Dit willen we ook met onze communicatiedoelstelling bereiken. We willen awareness bouwen voor het merk en daarom is het belangrijk om publiciteit te creëren. De doelgroep die we willen bereiken weet nog niks over het merk. Omdat ze stress en onrust ondervinden, zullen ze gauw in aanraking komen met het merk.

MIDDELEN

Posters

Met de posters willen we hoofdzakelijk naamsbekendheid bereiken, deze posters worden 2 weken voor aanvang van de eerste campagne stunt opgehangen door vrijwilligers van het Gelders orkest. De kosten voor het printen 600 posters is €41. Plaatsen waar de posters komen te hangen zijn kroegen, gratis ophangplaatsen en bij de volgende scholen:

- HAN Nijmegen
- HAN Arnhem
- Radboud Universiteit Nijmegen
- Fontys Nijmegen.

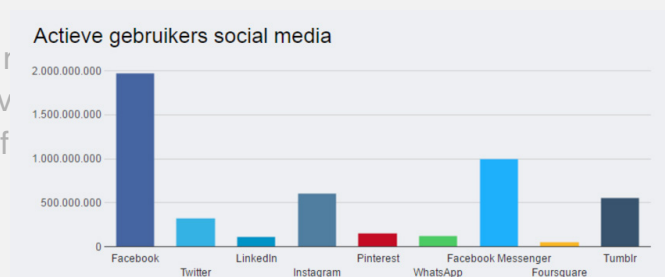
Flyers

De flyers worden uitgedeeld bij de campagne stunts om zo te zorgen voor meer naamsbekendheid en informatie over het festival.

Facebook

Waarom gebruiken we Facebook?

- 92 procent van de Nederlandse 25- tot 34-jarigen bezoekt internet via meerdere apparaten.
- Facebook is het meest gebruikte sociale netwerk.
- Facebook zorgt voor meer zichtbaarheid.
- Kans om creatief te zijn.



Hoe gaan we Facebook gebruiken?

- We gebruiken zinvolle inhoud. Hierbij zullen we vooral informatie over de campagne geven.
- We gebruiken de juist keywords in de titel van de Facebook pagina. Zo verschijnt de Facebook pagina regelmatig in de resultaten van de zoekmachines.
- We maken gebruik van Facebook advertenties.
- We zullen vragen in de posts zetten om meer interactie aan te gaan.
- We plaatsen afbeeldingen en video's (kort) om om meer aandacht te trekken.
- We plaatsen rond tijden dat de doelgroep online is zodat de doelgroep ons actief

ziet.

- We geven dingen weg, mensen houden van gratis.
- We taggen grotere pagina's (zoals Het Gelders Orkest) om lezers van hun pagina's te trekken.
- We zullen goede klantenservice aanbieden.

Facebook advertenties

Met Facebook advertenties kun je gemakkelijk je doelgroep bereiken. Je kan namelijk getarget adverteren. Grofweg kun je adverteren op demografische kenmerken, zoals land, stad, leeftijd, geslacht, opleiding en nog veel meer. Dit zullen we invullen zodat we onze doelgroep bereiken. Het belangrijkste is dat we de leeftijd zetten tussen 18-25 jaar. Daarnaast zal het belangrijk zijn dat ze een opleiding doen. Uit onderzoek bleek dat de doelgroep maximaal 50 km wilt reizen. Dit zullen we ook erin zetten. Je kunt ook op interesse adverteren. De interesses zullen zijn: festivals, rust/chillen, klassieke muziek en het Gelders orkest. Voor de Facebook advertenties zullen wij een looptijdbudget aanmaken: dit is het bedrag dat je bereid bent gedurende de looptijd van een advertentieset te besteden. Als budget zullen we 150 euro gebruiken. Hierbij zullen we rond de 10.000 mensen bereiken. Deze mensen zullen op de advertentie klikken en naar onze Facebook pagina gaan. Hiermee hopen we dat er van de 10.000 mensen een deel de pagina zullen volgen.

Facebookpost stunt announcement

In deze post staat de aankondiging van de campagnestunt. Hierbij staat een foto die de sfeer van de stunt weergeeft met daarbij de locaties en de datums van de stunts. Als tekst zal er staan: "Volgende week zullen er op verschillende scholen in Gelderland een stunt plaatsvinden. Kom jij ook kijken met een gratis hapje en drankje?" Hiermee willen we onze doelgroep vertellen dat er een stunt staat te gebeuren. Voor een deel van deze doelgroep zal de stunt bij hun school plaatsvinden. Met de post willen we de doelgroep triggeren en awareness geven dat ze naar de stunt zullen gaan.

Facebookposts announcement event activiteiten

We zullen drie weken activiteiten posten die op onze event zullen staan. Bij elke post zal er worden uitgelegd wat de activiteit inhoudt. Daarbij zal er een foto worden geplaatst die duidelijk de activiteit weergeeft. Hiermee willen we dat de doelgroep interesse zal krijgen en benieuwd gaat worden naar het event, zodat ze het merk zullen onthouden.

Facebookpost like/share actie

De actie van de Facebookpost zal zijn dat de doelgroep een chill foto van zichzelf moet delen. De leukste foto zal twee tickets winnen voor het event. Deze actie willen we een week voor het event plaatsen. Hiermee kunnen we de laatste twijfelaars over halen om naar het event te gaan. Met deze post kunnen we interactie aangaan met de doelgroep door op de ingezonden foto's te reageren. Hierdoor zal er meer publiciteit van de doelgroep voor de campagne worden gecreëerd.



Instagram

Waarom we Instagram gebruiken:

- Instagram is het op een na meest gebruikte sociale platform in Nederland.
- 2,1 miljoen Nederlanders zeggen Instagram te gebruiken, waarvan 992.000 dagelijks. De app is vooral populair onder jongeren en 20- tot 39-jarigen.
- De leeftijd van het grote deel van de instagram gebruikers sluit aan bij onze doelgroep.

Hoe gaan we Instagram gebruiken

- We gebruiken de juist hashtags omdat deze worden gebruikt door de zoekfunctie en hierdoor worden we dus eerder gevonden.
- We maken gebruik van Instagram advertenties.
- We zullen een vraag onder elke foto plaatsen om meer interactie met ons publiek te krijgen.
- We plaatsen afbeeldingen plaatsen die er aantrekkelijk en chill uitzien.
- We plaatsen rond tijden dat de doelgroep online is zodat de doelgroep ons actief ziet.
- We taggen grotere pagina's (zoals Het Gelders Orkest) om lezers van hun pagina's te trekken.
- We zullen moodvideo's plaatsen omdat deze meer waarde hebben en informatie kunnen overbrengen dan foto's

Instagram advertenties

Om te kunnen adverteren op instagram hebben we een advertentie account bij facebook nodig. De overeenkomst tussen adverteren op instagram en facebook is erg groot, bij instagram is het dus ook mogelijk om getarget te adverteren. Dit zullen we dan ook doen op basis van geografische locatie en leeftijd. Hiervoor zullen we de volgende waardes kiezen. Als leeftijd kiezen wij voor 18-25 jaar omdat dit de leeftijd is waarbinnen onze doelgroep valt. De locatie baseren we op ons onderzoek, uit interviews is gebleken dat er gemiddeld 50 km gereisd wil worden naar het concert en niet meer. Daarom hebben we ervoor gekozen om binnen een straal van 50 km rondom het festival locatie te adverteren.

Instagram posts

Met de posts op instagram willen we vooral een sfeerimpressie geven en de doelgroep intrinsereen voor het festival. Structuur die we gaan aanhouden voor iedere post:

- Iedere post voorzien van goede beschrijving dit houdt in een kleine uitleg over de geplaatste foto gevolgt door een vraag waar de volgers op kunnen reageren.
- Gebruik maken van veel relevante hashtags

- Interactie uitlokken
- Minimaal 1 post per dag

Campagnestunt

De stunt is ons campagne middel naar het festival toe. De stunt houdt in dat we op verschillende hogescholen in gelderland een mini opzet van het festival creëren om op deze manier naamsbekendheid en interesse te wekken.

Locaties waar de stunt wordt gehouden

- HAN Nijmegen
- HAN Arnhem
- Radboud Universiteit Nijmegen
- Fontys Nijmegen

Op de stunt zullen de volgende dingen aanwezig zijn:

- Zitzakken
- Hangmatten
- Achtergrondmuziek
- Sfeerverlichting
- Eten en drinken
- Zonnezeil
- Stertent
- Posters en flyers van het festival

Kosten van het opzetten van 1 campagnestunt zijn €1900,-



Website

De website gebruiken voor alle formele informatie. Op de website is de locatie van het festival te vinden met eventuele routebeschrijving, het programma van het evenement, de datum, een countdown naar het event en de prijzen van de tickets. De tickets staan op onze eigen website maar zodra er op de koop knop wordt geklikt linkt de website door naar ticketmaster.nl waar de tickets uiteindelijk gekocht kunnen worden. We hebben ervoor gekozen om de tickets via ticketmaster te verkopen omdat dit een erg betrouwbaar systeem is en dus veel mensen hier vertrouwen in hebben dat het goed gaat.

Zoekwoorden

Zoekwoorden zijn de woorden waarmee je zoekt, ofwel de woorden die je invoert om iets te vinden met een zoekmachine. Met deze woorden vind je pagina's die gericht zijn op dit onderwerp, deze verschijnen in de zoekresultaten. Zoekwoorden zijn dus erg belangrijk om toe te voegen voor onze website. Zo kunnen bezoekers ons eerder vinden. Ook voor Google zijn de zoekwoorden die we gaan gebruiken erg belangrijk. Ze bepalen mede de positie van de website binnen de zoekresultaten.

Om de zoekwoorden te bepalen gaan we een onderzoek doen. Allereerst is het



van Google. Alleen het zoekwoord kan hier worden ingevuld en kan je bekijken wat het zoekvolume is van dit zoekwoord. Ook worden er andere opties getoond.

De zoekwoorden verwerken we hierin:

- URL: De URL is een mooie plaats voor de belangrijkste zoekwoord die zwaar meetelt voor Google.
- Menu: menu is een belangrijk item voor de navigatie van de site. Een zoekwoord hierin is erg waardevol.
- Metadescription: Deze vertelt de zoekmachine waar de pagina over gaat. Dit wordt ook getoond als beschrijving in de zoekresultaten.
- Titel van de pagina: De (meta)title wordt ook getoond in de zoekresultaten en is daarom belangrijk.
- Afbeeldingen: Ook in afbeeldingen kunnen de zoekwoorden staan. Denk ook aan de

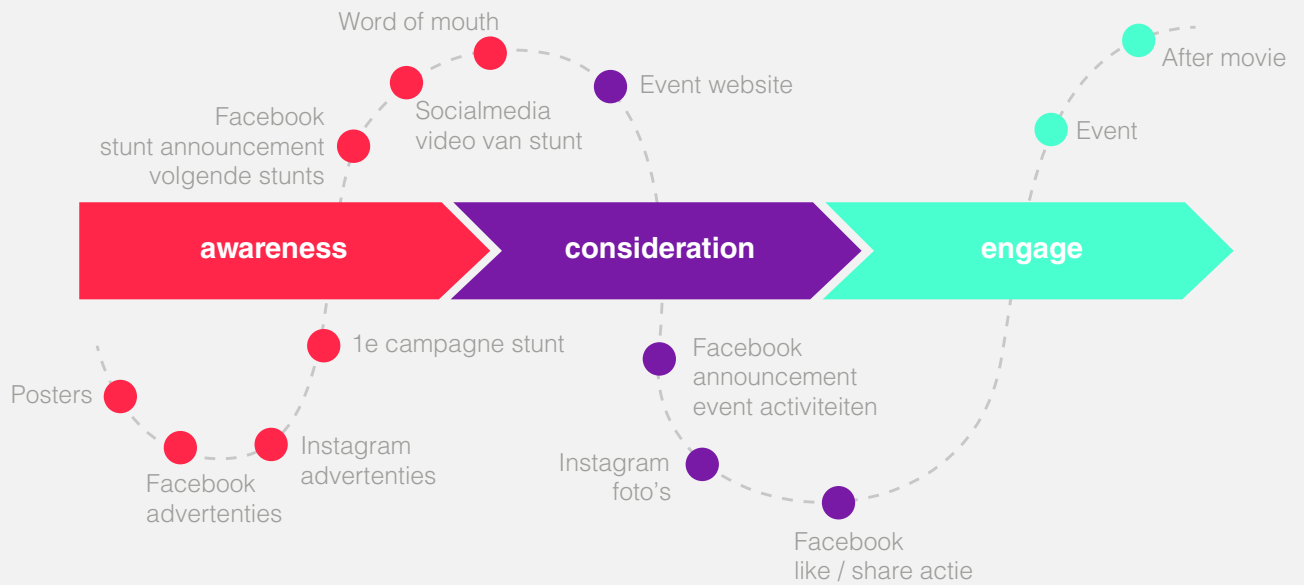
CONTENT KALENDER

JUNI - JULI - AUGUSTUS

JUNI	JUNI - JULI	JULI	JULI	JULI	JULI	JULI - AUG	AUG	AUG	AUG
19 - 25 Posters plakken bij scholen en openbare plekken	26 - 02 Start uitvoering campagne stunt Facebook stunt announcement	03 - 09 Uitvoering campagne stunt Facebook sfeer-beelden van de stunt	10 - 16 Einde uitvoering campagne stunt Facebook video plaatsen/delen van stunt	17 - 23 Facebook event info en sfeer-beelden Facebook start announcement event activiteiten	24 - 30 Start tickets verkoop Facebook announcement event activiteiten	31 - 06 Facebook einde announcement event activiteiten Instagram dagelijks foto's plaatsen (opbouw, sfeer)	07 - 13 Facebook like/share actie (delen van je beste chili foto van jezelf) Instagram dagelijks foto's plaatsen (opbouw, sfeer)	14 - 20 Facebook foto's plaatsen tijdens event Instagram foto's plaatsen tijdens event Event 18 aug	21 - 27 Facebook event foto's Youtube after movie Instagram event foto's
			Instagram video plaatsen/delen van stunt						
			Website video plaatsen van stunt						

CONTENT KALENDER

CUSTOMER JOURNEY



PAID

- Posters
- Facebook advertenties
- Instagram advertenties

OWNED

- Campagne stunt
- Facebook posts
- Instagram posts
- Website
- Event
- Aftermovie

EARNED

- Word of mouth

BRONNENLIJST

facebook

- (<https://www.frankwatching.com/archive/2015/12/22/adverteren-op-facebook-is-jouw-campagne-winstgevend/>)
- <http://ernohannink.nl/25-tips-voor-meer-fans-en-volgers-op-je-facebook-pagina/>
- <https://www.frankwatching.com/archive/2011/08/22/hoe-krijg-je-10-000-fans-voor-je-facebook-pagina/>
- <https://www.facebook.com/business/help/214319341922580>
- <http://www.blogaholic.nl/blogtips/meer-facebook-likes-genereren/>
- <http://blog4leads.nl/de-eerste-paar-duizend-volgers-op-je-facebook-bedrijfspagina/>

Instagram

- <https://geheimvandesmith.nl/adverteren-op-instagram>
- <https://eenstapvoor.nl/hoe-krijg-je-meer-volgers-op-instagram/>
- <https://www.frankwatching.com/archive/2015/10/01/adverteren-op-instagram-dit-is-hoe-het-werkt/>
- <https://www.frankwatching.com/archive/2016/05/11/blijf-zichtbaar-op-instagram-5-tips-om-het-algoritme-de-baas-te-zijn/>

Website

- <https://www.karelgeenen.nl/termen/zoekwoorden/>
- <http://websiteoptimalisatie.net/waar-plaats-je-zoekwoorden/2012/10/>