



KENNISWERF VLISINGEN

Multimedia Campagne



## DE DOELGROEP

Voor de multimedia campagne zijn er twee doelgroepen waar rekening gehouden mee moet worden. Als eerste hebben we de lokale ondernemers die betrokken zijn bij de rest van het project. Deze zijn belangrijk om te huisvestingen in het nieuwe gebouw als eerste bezetting. Verder zijn de andere kleine lokale ondernemers van groot belang voor de groei van de kenniswerf.

De tweede doelgroep is meer van belang voor de publiek campagne gekoppeld aan de SMART Circulair wedstrijd.

Deze doelgroep is groot aangezien het alle potentiële stemmers. Deze doelgroep is te verkleinen door een paar specifieke criteria toevoegen aan de campagne.

De mensen die aangesproken worden door de campagne zijn geïnteresseerd in de volgende onderwerpen.

1. Duurzaamheid.
2. Het milieu.
3. Bouwtechnische ontwikkelingen.



## DE CAMPAGNE

De campagne zal zich voornamelijk voor doen op social media en fysiek in de vorm van posters en flyers. Het is de bedoeling van de campagne om stemmen te verzamelen door bewustheid over het onderwerp te verspreiden. Dit zal de doelgroep op verschillende manieren kunnen aanspreken, gebaseerd op de inhoud van de media-uiting.

### INSTAGRAM

@smartcirculair\_zeeland is de Instagram die gebruikt gaat worden tijdens de wedstrijd. Hier zullen dagelijks dingen gepost worden om aandacht te krijgen voor het onderwerp. Deze posts kunnen bestaan uit de volgende soorten;

1. Teasers van het project in de vorm van video/foto.
2. Foto's van het team.
3. Wist je dat? Posts met betrekking op circulair bouwen.
4. Quotes van specialisten.

Door het dagelijks posten op de insta bereiken we al een gedeelte van de doelgroep voor de officiële start datum van het stemmen. De bedoeling hiervan is dat we al bekendheid krijgen en zo makkelijker het vertrouwen van de stemmer.

### DRUKWERK

De campagne zal ook voor een gedeelte uit drukwerk bestaan. Dit drukwerk bestaat uit flyers en posters die in de eerste instantie op school verspreid worden en daarna op het terrein van de kenniswerf. De posters zullen de kleuren van de huisstijl gebruiken en dezelfde stijl om zo bekendheid van de Instagram mee te pakken. De posters zullen informatie bevatten over het project en de wedstrijd.

## CONTACTEN EN DERDE PARTIJEN

Door de betrokkenheid van de opdrachtgever uit zich een kans in het gebruiken van derde partijen voor de publiekscampagne.

## GEMEENTE VLISSINGEN

Als opdrachtgever is gemeente Vlissingen ook meteen een potentiële bron van verspreiding van de publiekscampagne. Door goed contact te onderhouden met de opdrachtgever is de mogelijkheid er voor ons om via hun social media extra aandacht te krijgen in de vorm van reposten en noemen in hun verhaal op Instagram.

## KENNISWERF

Het bovenstaande geldt ook voor de lokale ondernemers die momenteel gevestigd zijn op de kenniswerf.

Al deze ondernemers vallen vaak onder dezelfde organisatie, DockWize. Er is een mogelijkheid om hun centrale locatie te gebruiken voor het promoten van het project. Dit kan gedaan worden in de vorm van posters die door het hoofdgebouw komen te hangen.



## DE MEDIA-UITINGEN

De media-uitingen zijn, in opdracht van het team, gemaakt door Luuk Kempe en Delano Brasz. Luuk is verantwoordelijk geweest voor de opnames in de promotievideo en fotografie voor de campagne. Delano is verantwoordelijk geweest voor het ontwerpen van de huisstijl en persoonlijkheid van het project.

Beide mediavormgevers hebben geholpen bij het realiseren van de visie van het nieuwe ontwerp.

