



MEDIACAMPAGNE

Duurzaam Beter Friesland

Abstract

Korte samenvatting van de
mediacampagne en hoe wij dat aan
hebben gepakt

Jalte Talsma

Jalte.talsma001@fclive.nl

Interne communicatie

Vanaf het begin van het project loopt er een soepele manier van communiceren tussen de teamleiders en de opdrachtgevers. Ook werd er gecommuniceerd door Smartcirculair doormiddel van teamcalls, bellen, appen of via mail. Hierbij was Tanja Noltten een groot en belangrijk onderdeel. Via haar hebben wij soepeler kunnen communiceren met de gemeente en andere onderaannemers voor excursies, afspraken of vragen bij bedrijven.

Bij de start van een project was het zoeken naar referenties en voorbeelden om een uniek project neer te zetten. Toen er een definitief idee op tafel lag hebben we dat voorgesteld aan de gemeente en smart circulair. Daar werd enthousiast op gereageerd.

Mediacampagne

Tijdens de mediacampagne proberen we zoveel mogelijk mensen bij ons project te betrekken. Ons plan van campagne is het inzetten van posters door de school en andere openbare ruimten. Op de poster beschrijven wij ons plan zo specifiek mogelijk, zodat de mensen precies weten waar ze op stemmen en waarom ze op ons moeten stemmen. Een manier om mensen op ons te laten stemmen is het simpel te houden. Mensen willen niet teveel moeite doen, want waarom moeilijk als het makkelijk kan? Daarom maken wij gebruik van een QR-code. De QR-code kan je scannen en kom je direct bij de stempagina. Daar hoef je dan alleen nog je gegevens in te vullen en op ons te stemmen, erg simpel dus. Die QR-code komt op onze poster te staan en we gaan er mee langs de klassen. De poster wordt zo in elkaar gezet dat we het ook kunnen delen aan de gemeente Achterkarspelen en die het weer in het gemeentehuis kunnen delen.

We maken ook gebruik van de socials. Er is een Instagram pagina gecreëerd waar wij mensen en vooral jeugd mee proberen aan te trekken. Op het instagram account posten wij opdrachten en nieuwe werken wij waar ons mee bezig houden. Dit gaat het gehele proces door. Wel denken wij eraan dat we niet teveel van ons project weggeven zodat andere teams niet ideeën kunnen overnemen.

Beide de poster en de socials gebruiken wij om te delen in onze sociale kringen. Er is geprobeerd om mensen in onze omgeving met een groot bereik in te zetten om stemmen binnen te halen. Er is een poging gewaagd om grotere influencers te bereiken, maar dat ging zonder succes. Wel wil Roeland Ons project in zijn netwerk verspreiden om ons te helpen.

Pitch / presentatie

Onze teamnaam is 'Duurzaam beter Friesland' hiermee duiden wij onze doelen aan. Tijdens onze presentatie willen wij zo veel mogelijk onze duurzame aspecten in het project uitleggen. We stellen twee sprekers op voor de pitch die het duidelijkst kunnen presenteren. Het uiteindelijke doel van de pitch is onze unieke punten te presenteren en daarmee de prijzen te pakken.