

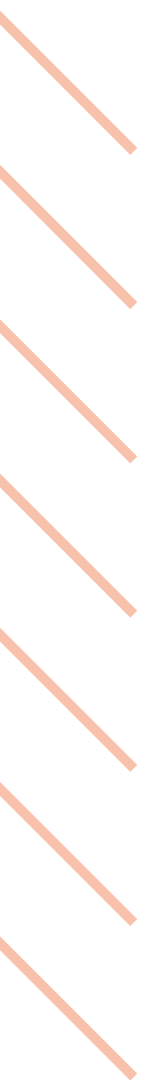


EINDPRESENTATIE

“Hoe kan het aantal aanmeldingen voor het Wake Up Your Mind! project in Tilburg verhoogd worden?”

Floris den Heeten, Lenne van Rooij, Maerle Tak,
Eline Vooijs & Stan van Zoest

13 mei 2024





Inhoudsopgave

- Probleemstelling
- Onderzoeken
- Enquêtes
- Marketingstrategie - STDC model --> voorbeeldcontent
- Merkguardian
- Conclusie/advies

Probleemstelling

“Hoe kan het aantal aanmeldingen voor het Wake Up Your Mind! project in Tilburg verhoogd worden?”





Doelgroep

Nederlandse jongeren (in en rondom Tilburg) in de leeftijd van 17 tot en met 29 jaar die geïnteresseerd zijn in het leren kennen van nieuwe mensen en culturen.

Rotterdam

- Bevolking 671.125 personen
- 10,8% (71.810 personen) valt binnen doelgroep
- 44,5% Nederlandse afkomst

Tilburg

- Bevolking 227.694 personen
- 35,7% (81.287 personen) valt binnen doelgroep
- 68,8% Nederlandse afkomst

FLEUR
VAN DIJK (23)



BUYER PERSONA
VLUCHTELINGENWERK

Student Communicatie wetenschappen in Tilburg
Geboren: Breda
Woonachtig: Tilburg



EXPERIENCE

Hobby's

- Reizen
- Wandellen door de natuur
- Schilderen
- Lezen
- Talen Leren


Werk

- Ober bij Cul de Sac Tilburg

Nevenactiviteiten

- Actief lid bij studievereniging
- Voorzitter van de studenten theatergroep

Motivatie voor wake up your mind!

- Inzetten voor de maatschappij  85%
- Nieuwe mensen leren kennen  90%
- MDT Certificataat  60%



EDUCATION

2013-2019

Middelbare school VWO Orion Lyceum Breda

2020 - Heden

Tilburg University

Communicatie wetenschappen

SKILLS

Sociaal contact  85%

Engels  90%

Schrijven  80%

Overtuigingsprincipes Cialdini

De zeven overtuigingsprincipes van Cialdini uitgewerkt (wederkerigheid, schaarste, sympathie, binding & consistentie, autoriteit, sociaal bewijs & eenheid.). Manieren om invloed uit te oefenen op de doelgroep.

Drie ideeën:

1. Influencers bereiken om WUYM te promoten (autoriteit)
2. Content plan opstellen voor instagram (consistentie & eenheid)
3. Nieuwsbrief maken (sympathie)

Gedragmodel BJ Fogg

Motivatie/basisbehoeften:

- Sociaal geaccepteerd worden
- Genieten
- Comfortabel leven

Gemak:

- Periode van 4 à 5 maanden te lang
- Meerdere mogelijkheden voor aanmelding

Prompts:

- Signal naar 'bekende' mensen: 'vergeet je niet voor 23:59u vanavond aan te melden voor WUYM!'
- Keuzes aanbieden om niet meteen vast te zitten aan 4 à 5 maanden (nieuwsbrief, meelopen, meekijken)
- Online advertentieplatforms (google ads, meta ads)

Enquête doelgroep

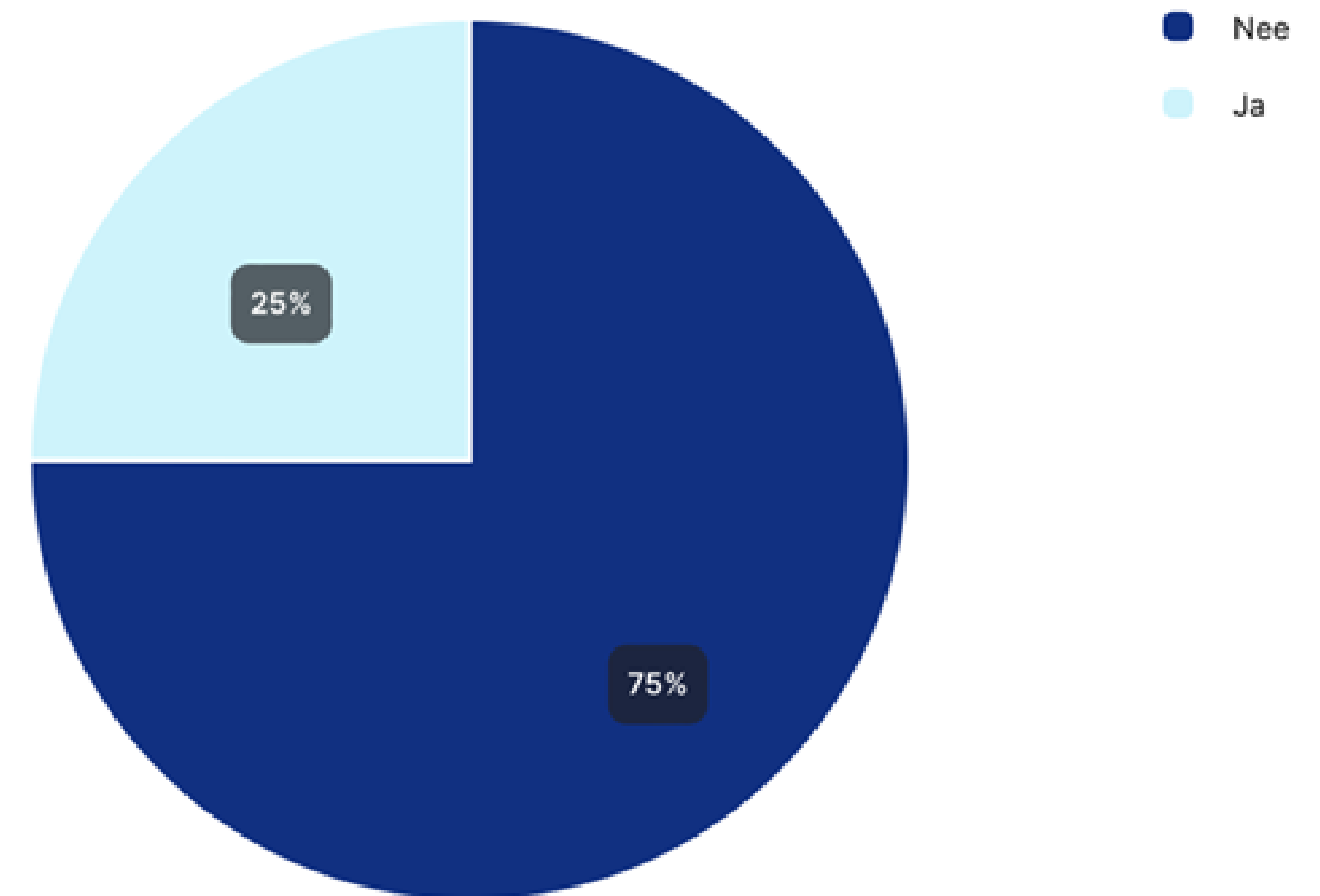
Conclusie algemeen

- WUYM heeft een positieve uitstraling
- Obstakels: taal en culturele verschillen
- Grootste belemmering: tijd (Wordt ook niet gemaakt als er geen interesse of behoefte voor is.)

Conclusie content

- Voorwaardes tekst in content: overzichtelijk, vriendelijk & simpel
- Spiraal is een geschikte vorm indien nodig
- De 'mind' als figuur in de content blijven gebruiken
- Duidelijke en relevante visualisaties combineren met een passende tekst om de boodschap duidelijk over te kunnen brengen.

Zou je zelf geïnteresseerd zijn om betrokken te raken bij een soortgelijk project in de toekomst?



Enquête oud-deelnemers

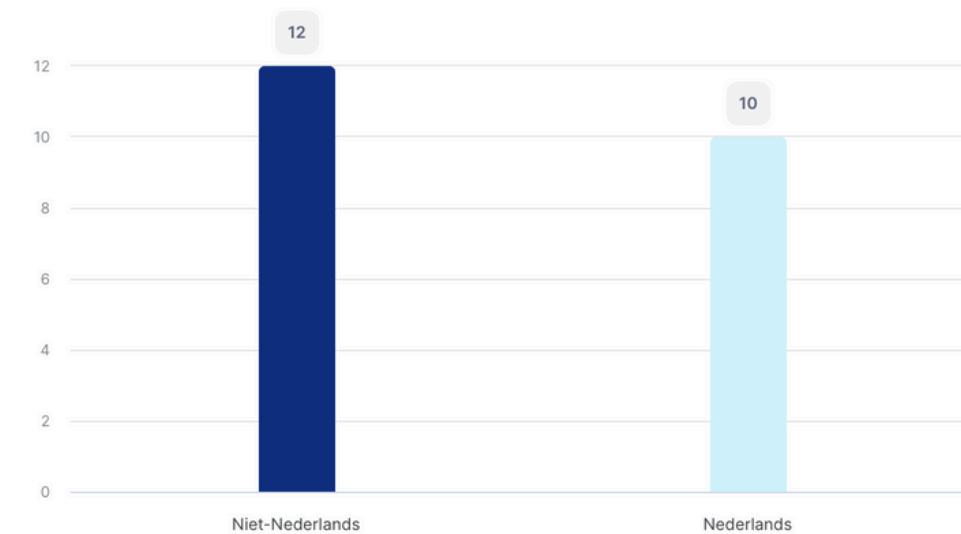
Focus content op:

- Leren over andere culturen (feitjes)
- Het leuke van samenwerken
- Nieuwe vrienden maken

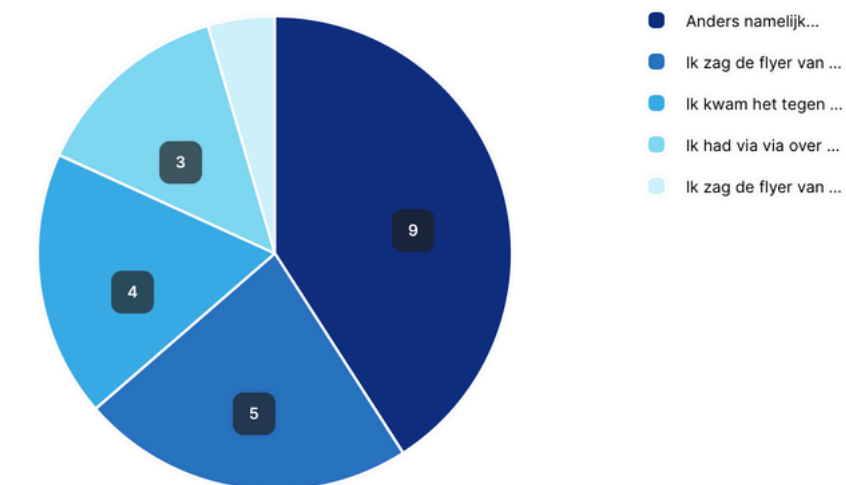
4. Wat zou volgens jou een reden zijn dat andere mensen zich ook aan moeten melden?

ANTWOORD	AANTAL	RATIO
Mensen ondersteunen in een moeilijke periode	1	10%
Je leert veel over andere culturen	1	10%
Je leert heel veel bij het project Wake Up Your Mind! Door samen te werken met mensen met verschillende achtergronden leer je ook veel over de verschillende culturen. Iedereen heeft misschien andere normen en waarden, daar moet binnen het project een weg in gevonden worden. Persoonlijk heb ik er mooie vriendschappen aan over gehouden.	1	10%
Je kan hiermee mensen helpen en je leert er veel van. Verder leer je geweldige mensen kennen!	1	10%
Het verbreed je horizon.	1	10%
Het leren kennen van nieuwe mensen, maar niet alleen dat; vooral het werken in groepsverband, samen in een periode van een paar maanden iets <i>tofs neerzetten</i> ; <i>echt met elkaar samenwerken</i> en een band opbouwen vond ik het leukst!	1	10%
Het is gezellig en leerzaam	1	10%
Erg leuk initiatief waarbij zowel plezier als maatschappelijk iets bijdragen centraal staat	1	10%
Bijdrage leveren en zelf nieuwe dingen leren en mensen leren kennen	1	10%

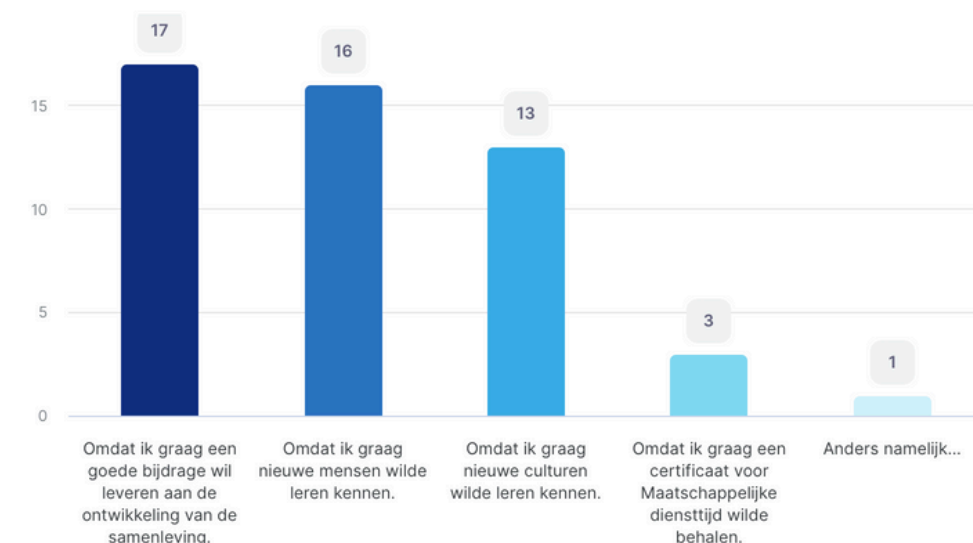
1. Wat is je achtergrond?



2. Hoe ben jij in aanraking gekomen met Wake Up Your Mind?



3. Waarom heb je gekozen om mee te doen aan het project Wake Up Your Mind?



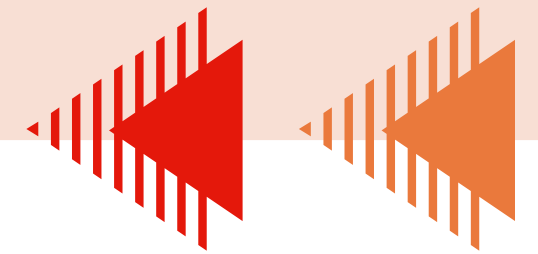
Marketing strategie (STDC)

Gericht op de content voor sociale media. Mensen geactiveerd krijgen om zich aan te melden voor WUYM!

Campaign name: Wake up Your Mind!				
Campaign goal: Aanmeldingen in Tilburg genereren				
	SEE	THINK	DO	CARE
Phase explained	Create awareness within the target audience	Convince the audience that knows your product	Call to action for potential buyers: Buy now!	Keep your product / brand top of mind with current customers
Goal	Mensen/doelgroep de flyer en social media content laten zien.	Mensen/ doelgroep de website en social media laten bezoeken (om ze te voorzien van informatie en alle voordelen)	Aanmeldingen Wake Up Your Mind binnen krijgen.	Deelnemers ambassadeur maken zodat zij referenties kunnen geven.
Audience	Jongeren tussen de 17 en 30 jaar die in Nederland opgegroeid zijn (rondom Tilburg).	Jongeren tussen de 17 en 30 jaar die in Nederland opgegroeid zijn (rondom Tilburg). Ze moeten ook geïnteresseerd zijn in andere culturen.	Jongeren tussen de 17 en 30 jaar die in Nederland opgegroeid zijn (rondom Tilburg). Zij moeten geïnteresseerd zijn in andere culturen en bereid zijn wekelijks tijd te steken in het project.	Jongeren tussen de 17 en 30 jaar die zich hebben aangemeld voor het Wake Up Your Mind project.
Mediachannel	Instagram campagne Wake up your mind!, instagram andere instellingen/connecties, flyers.	Website, Instagram account Wake Up Your Mind, flyers, mond-tot-mond	Website voor daadwerkelijke aanmelding. Instagramaccount WUYM! voor verwijzing naar aanmeldformulier. Ook de fysieke contactmomenten om nog vragen te kunnen stellen of een gesprek aan te gaan met oud-deelnemers.	Instagram account posts, e-mail updates
Message/ content	"Breng samen met jongeren van verschillende achtergronden een idee tot leven. Laat je creativiteit zien en leer nieuwe mensen en culturen kennen." Afbeeldingen van voorgaande projecten toevoegen.	Informatieve content die de doelgroep zal laten overwegen om mee te doen: "Wil jij bijdragen aan een maatschappelijk doel?" OF "Wil jij een Maatschappelijk Diensttijd certificaat behalen?"	"Wil jij vluchtelingen helpen integreren en hun cultuur leren kennen, meld je dan nu aan!"	Deelnemers via e-mail bedanken voor aanmelding en activeren om hun verhaal te delen via social media, aan vrienden en kennissen of in een voorlichting van WUYM.
KPI's	Zichtbaarheid	Bereik/ weergaven	Aanmeldingen	Aantal aanmeldingen via referenties
Planning				
Budget	Er is geen concreet budget voor de marketing van WUYM. Dit gaat via de marketing van Vluchtelingenwerk Nederland. Mochten we een goed idee hebben, kan er navraag gedaan			

Mediaplanning

See	Eigen site, social media	Social media post: inspirerende foto's van teamwork tussen vluchtelingen en Nederlandse jongeren Flyer: ter informatie met benodigde informatie.
Think	Eigen site, social media, youtube	How-to-guide: "Hoe een project in zijn werking gaat" Artikel/blogpost/infographic: "Voordelen van samenwerken met vluchtelingen in je gemeenschap" Video: "Video van eerdere deelnemers van WUYM" Social media content: achter de schermen
Do	Eigen site, email, social media	Gratis shirt/trui/goodiebag/ander voordeel bij inschrijving Instagram live uitnodigingsbericht: "Een aankondiging met de datum en tijd voor een live instagram-sessie waarin het inschrijvingsproces wordt besproken"
Care	Eigen site, social media, email, youtube	Aftermovie: leukste momenten van afgelopen project Loyalty programma: beloningen voor deelnemers die vrienden doorverwijzen Klantenservicecontent: laat oud-deelnemers de FAQ vragen beantwoorden Maandelijkse nieuwsbrief: updates over lopende projecten, successen en kansen voor deelnemers Feedbackformulieren: na afloop van elk project om input van deelnemers te verzamelen voor verbetering Post: "spot op deelnemers" Bedankbericht deelnemers



See fase

Mensen de flyer en social media content laten zien.



Video om mensen kennis te laten maken met WUYM.



Activiteiten



Joulen



Minigolf



Traditionele dans

Post om mensen kennis te laten maken met WUYM.

See fase

Mensen de flyer en social media content laten zien.

Ben jij creatief, nieuwsgierig en tussen de 17 en 29 jaar?



WAKE UP YOUR MIND!

Bedenk en voer je eigen plan uit, samen met andere jongeren, sommigen hier geboren en anderen hierheen gevlucht!



Wie?

Ben je creatief en open minded? Ben je tussen de 17 en 29 jaar? Wil je beter Nederlands leren spreken? Vrienden maken? Andere culturen ontmoeten? Werk je graag samen? Of je nou student, werkend of nog zoekend bent, meld je aan bij Wake Up Your Mind! Het jongerenprogramma van VluchtelingenWerk Nederland in het kader van Maatschappelijke DienstTijd.

Tijdens Wake Up Your Mind! maak je kennis met jongeren van verschillende culturen en achtergronden. Samenwerking en gelijkwaardigheid staan centraal.

Hoe?

Wekelijks komen jullie 4 tot 6 uur bijeen, hierbij word je deskundig begeleid vanuit VluchtelingenWerk. Je ontdekt waar je goed in bent en je ontwikkelt nieuwe vaardigheden. Je leert hoe je je eigen idee omzet naar een professioneel plan en hoe je dit met elkaar kunt realiseren.

Na 4 maanden blikken we gezamenlijk terug op de afgelopen periode en op wat jullie hebben geleerd en bereikt.

Wat?

Bij Wake Up Your Mind! bedenkt je samen met 10 andere jongeren, met zowel een Nederlandse als een vluchtelingenachtergrond, een plan. Hiermee ga je gedurende 3 à 4 maanden, aan de slag. Je leert samen brainstormen en door te luisteren naar elkaar zet je dit om naar een haalbare activiteit. De regie ligt in handen van de groep. Je verbreedt je horizon, en je leert nieuwe mensen kennen.

Welke ideeën gingen jullie voor?

- Maken van informatieve vlogs voor jongeren woonachtig in AZC.
- Opzetten van een foto-expositie met indrukwekkende verhalen achter de foto's.
- Samenstellen van een tijdschrift over verschillende culturen.
- Organiseren van een sportdag voor kinderen op een AZC of van interculturele eetavonden.

Waarom?

Wil jij: Vanuit een ander perspectief leren kijken? Nieuwe mensen ontmoeten en ervaringen delen? Het verschil maken? Meld je dan aan! Want door ontmoeting en gesprek ontstaat er wederzijds begrip. Jouw talent/ jullie gezamenlijke talent helpt de ander verder!

Je kan rekenen op:

- goede begeleiding;
- trainingen over intercultureel werken;
- een persoonlijk passende 'beloning'.



Wake Up Your Mind!
Voor meer informatie, aanmelding of locaties bij jou in de buurt:
@wakeupyourmindvwn
www.vluchtelingenwerk.nl/wakeup
wakeupyourmind@vluchtelingenwerk.nl

WAKE UP YOUR MIND!



Ben jij creatief, nieuwsgierig en tussen de 17 en 29 jaar?

Breng samen met jongeren van verschillende achtergronden een idee tot leven. Laat je creativiteit zien en leer nieuwe mensen en culturen kennen.



Het project

Gedurende 4 à 5 maanden kom je een keer per week samen met de groep om te werken aan het project. Hierbij wordt je deskundig begeleid vanuit vluchtelingenwerk. Je ontdekt welke eigenschappen van pas komen en ontwikkelt ook nieuwe vaardigheden. Je leert hoe je je eigen idee om kunt zetten naar een professioneel plan die je met elkaar kunt realiseren.

Waarom?

Wil jij: vanuit een ander perspectief leren kijken? Nieuwe mensen ontmoeten en ervaringen delen? Het verschil maken? Dan is dit project geschikt voor jou, want door ontmoeting en gesprek ontstaat er wederzijds begrip tussen mensen. Jouw talent/ jullie gezamenlijk talent helpt anderen verder ontwikkelen!

Je kan rekenen op:

- Goede begeleiding
- Trainingen over intercultureel werken
- Een persoonlijk passende 'beloning'

Doelgroep

17 t/m 29 jaar

Kenmerken

Creativiteit
Open mind
Samenwerken
Gelijkwaardigheid

WAT DOEN WE DAN EIGENLIJK?

BIJ WAKE UP YOUR MIND! BEDENK JE SAMEN MET 10 ANDERE JONGEREN, MET ZOWEL EEN NEDERLANDSE ALS VLUCHTELINGENACHTERGROND, EEN PLAN. HIERMEE GA JE GEDURENDE 4 À 5 MAANDEN AAN DE SLAG. JE LEERT SAMEN BRAINSTORMEN EN DOOR TE LUISTEREN NAAR ELKAAR ZET JE DIT OM NAAR EEN HAALBARE ACTIVITEIT. DE REGIE LIGT IN HANDEN VAN DE GROEP. JE VERBREEDT JE HORIZON EN LEERT NIEUWE MENSEN KENNEN.



TRADITIONELE DANSEN OPZETTEN VAN EEN FOTO-EXPOSITIE ORGANISEREN VAN EEN SPORTDAG

HEB JIJ ER OOK ZIN IN!?



Meer informatie?
@wakeupyourmindvwn
www.vluchtelingenwerk.nl/nl/projecten/wakeupyourmind
wakeupyourmind@vluchtelingenwerk.nl

Flyer voor op social media en/of fysieke plekken met belangrijke informatie over WUYM.



Think fase

Mensen de website en social media laten bezoeken (om ze te voorzien van informatie en alle voordelen)



Video om mensen nieuwsgierig te kunnen maken



Flyer gericht op meer verkeer naar de site en sociale



Infographic over programma/ voordelen van WUYM



Mensen aanzetten om nieuwe informatie te weten te komen via interactieve posts

Do fase

Aanmeldingen Wake Up Your Mind binnenkrijgen.

GOODIEBAG

WAKE UP YOUR MIND!

Het project waarin jongeren uit Nederland en jongeren gevlucht naar Nederland met elkaar verbinden. Leer elkaar en de cultuur kennen en organiseer een toffe activiteit!

Ben jij creatief, nieuwsgierig en tussen de 17 en 29 jaar?

MELD JE NU AAN EN ONTVANG EEN GRATIS GOODIEBAG!

Aanmelden kan via:
www.vluchtelingenwerk.nl/nl/project/wake-up-your-mind/aanmelden

VluchtelingenWerk Nederland logo and logo of the Dutch Red Cross (Rode Kruis Nederland).

Instagrampost over goodiebag om mensen te stimuleren om aan te melden.

TOP
Tilburg Orientation Program

VluchtelingenWerk Nederland

ORGANISEER EEN TOERNOOI MET JE NIEUWE VRIENDEN UIT VERSCHILLENDE CULTUREN.

Filmpje over plekken waar nieuwe vrijwilligers kunnen worden geworven.

VRAGENUURTJE
Maandag 27 mei 19:30 uur

Op maandagavond 27 mei zullen Merel (projectleider) en Fleur (oud-deelnemer) al jouw vragen over Wake Up Your Mind beantwoorden!

Om 19:30 uur starten zij op dit Instagram account een live-stream waarin jij jouw vragen kunt stellen. Zij zullen deze dan ter plekke beantwoorden.

WAKE UP YOUR MIND!

MEER LEZEN OVER WAKE UP YOUR MIND?

Kijk op:
www.vluchtelingenwerk.nl/nl/wat-wij-doen/projecten/wake-up-your-mind?

VluchtelingenWerk Nederland logo and logo of the Dutch Red Cross.

Instagram story over aankondiging vragenuurtje.

Care fase

Deelnemers ambassadeur maken zodat zij referenties kunnen geven.

Doe jij weer mee?



Post voor socials

Wake Up Your Mind!

Bedankt voor je aanmelding!

Liever niet delen op social media?
Vertel het tegen je vrienden!

PROBEER JE VRIENDEN ENTHOUSIAST TE MAKEN VOOR WAKE UP YOUR MIND!

Bedankt voor je aanmelding!

Om meer deelnemers voor Wake Up Your Mind te vinden, graag de volgende post delen op je story.

Mail bedankt voor je aanmelding

DAVID



★ MAAK KENNIS MET DAVID: WAKE UP YOUR MIND! ★
👉 SPANNEND NIEUWS ALERT! 👈

MET GROOT GENOEGEN STELLEN WE ONZE NIEUWSTE TEAMGENOOT VOOR: DAVID! HIJ DUKT VOL ENTHOUSIASME IN ONZE MISSIE OM EENHEID EN SAMENWERKING TE BEVORDEREN. MET EEN HART VOOR DE GEMEENSCHAP EN EEN PASSIE OM HET VERSCHIL TE MAKEN, SLUIT DAVID ZICH AAN ALS VRIJWILLIGER BIJ WAKE UP YOUR MIND!

🌍 EEN WERELDSE BLIK: DAVID'S REISLUST KENT GEEN GRENZEN! MET EEN VOORLIEFDE VOOR HET VERKENNEN VAN NIEUWE CULTUREN EN HORIZONTEN, BRENGT HIJ EEN SCHAT AAN DIVERSE ERVARINGEN MET ZICH MEE NAAR ONS TEAM.

🤝 TEAMGEEST: BUITEN HET VELD WORDT DAVID'S LIEFDE VOOR HANDBAL GEVOED DOOR ZIJN TOEWIJDING AAN TEAMWORK EN STRATEGIE. HIJ BEGRIJPT HET BELANG VAN COÖRDINATIE EN SYNERGIE, ZOWEL OP ALS NAAST HET VELD.

🎯 MEESTER VAN TRIVIA: ALS HIJ NIET AAN HET REIZEN IS OF DOELPUNTEN SCOORT, KUN JE DAVID VINDEN TIJDENS PUBQUIZEN WAAR HIJ ZIJN SNELLE GEEST EN KENNIS OP DE PROEF STELT. EEN ECHTE LIEFHEDER VAN PLEZIER EN UITDAGING!

👉 BRUGGEN BOUWEN, VERBINDINGEN LEGGEN: TERWIJL WIJ ONS KLAAR GAAN MAKEN VOOR HET AANKOMENDE EVENEMENT ZAL DAVID IETS SPECIFIEKS GAAN DOEN. ZIJN ROL? HET CULTIVEREN VAN PARTNERSCHAPPEN MET EXTERNE BEDRIJVEN EN ORGANISATIES OM ONZE GEDEELDE VISIE WERKELIJKHEID TE MAKEN.

MET DAVID ZIJN EXPERTISE IN HET SMEDEN VAN BETEKENISVOLLE SAMENWERKINGEN, ZIJN WE KLAAR OM DIT EVENEMENT NEER TE ZETTEN. HIJ IS ONS LAATSTE PUZZELSTUK IN ONS VOORUITSTREVENDE TEAM!

DOE MEE EN VERWELKOM DAVID IN HET TEAM! LATEN WE DROMEN OMZETTEN IN ACTIE EN SAMEN EEN BLIJVENDE IMPACT MAKEN. 🙌

#TEAMDAVID #SAMENWERKINGSKAMPIOENEN #WAKEUPYOURMIND #VLUCHTENLINGENWERK #VRIJWILLIGER

Linked-in post over de vrijwilligers

WAKE UP YOUR MIND!

Inschrijvingen Wake Up Your Mind openen op 1 juni 2024!

Beste vrienden van "Wake Up Your Mind" in Tilburg,

Goed nieuws! De inschrijvingen voor ons project, waarin Nederlandse jongeren samenwerken met vluchtelingen om een activiteit te organiseren, gaan binnenkort open! Dit is jouw kans om deel uit te maken van een inspirerend initiatief dat verbinding en inclusie bevordert.

Bereid je voor om deel te nemen aan een onvergetelijke ervaring waarin jij en jouw team een evenement van begin tot eind zullen organiseren. Of het nu gaat om een cultureel festival, een gemeenschapsdiner of een kunsttentoonstelling, jouw creativiteit en inzet zullen een positieve impact hebben op de gemeenschap.

Blijf op de hoogte van onze sociale mediakanalen en website voor meer informatie over hoe je je kunt inschrijven en hoe je jouw idee voor een evenement kunt delen.

Mis deze kans niet om samen met ons "Wake Up Your Mind" te maken en samen een verschil te maken in Tilburg!

Met vriendelijke groet,
Team WUYM

Nieuwsbrief over aanmeldingen

Merkguardian - AI

	ChatGPT	Jan AI	LM Studio	HuggingChat
Nederlands	✓	✓	✓	✓
Goede documentatie	✓	✓	✓	✓
Offline gebruik	✗	✓	✓	✗
Makkelijk op te zetten	✓	✓	✓	○
Gebruiksvriendelijk	✓	✓	○	✓
Makkelijk te trainen naar eigen voorkeur	○	✓	✓	✓
Kost schijfruimte	✗	○	○	✗

Merkguardian - Prompts

Wat belangrijk is om in gedachte te houden bij het gebruik van AI is dat modellen getraind zijn in het Engels. De onderstaande prompts zijn in het Engels gevraagd en kunnen vervolgens vertaald worden naar het Nederlands voor het beste resultaat.

- “ *I'm writing a text in Dutch for a project where young adults with different cultural backgrounds between 17 and 29 years old can participate in a creative group project. Is this the correct tone to engage them?* ”
- “ *Can you write a small text for a flyer? The flyer should be about applying to a creative project which combines different cultures and where young adults can meet.* ”
- “ *Can you give me some Instagram content ideas for a project where young adults with different cultural backgrounds between 17 and 29 years old can participate in a creative group project?* ”

Instructies voor de AI

“ You are a helpful assistant that provides a creative, enthusiastic and youthful tone of voice. Make sure the tone of voice is suitable for young adults between 17 and 30 years old. ”

Advies

Conclusie:

- Duidelijk doel voor de content die gemaakt wordt (STDC)
- Focus op voordelen van deelname in de content (zorgen wegnemen)
- Laagdrempeligere alternatieven aanbieden (nieuwsbrief, gratis item bij aanmelding)
- Gebruik AI (merkguardian) in het schrijven van teksten (consistentie) of bij het maken van videos

Ideeën/aanbevelingen:

- Apart TikTok account WUYM
- Influencers bereiken om WUYM te promoten (autoriteit)
- Achter de schermen content delen (interviews met deelnemers, aftermovie)
- Meer samenwerkingen met bedrijven in omgeving Tilburg

WAKE

UP

YOUR

MIND!