

7 overtuigingsprincipes Cialdini
– Wake Up Your Mind (Vluchtelingenwerk)

Inleiding

De campagne Wake Up Your Mind is een initiatief van Vluchtelingenwerk Nederland om gevluchte jongeren en Nederlandse jongeren met elkaar te verbinden. Deze campagne is breed getrokken over heel Nederland en is in Rotterdam en Twente al een succes geworden. In steden zoals Tilburg loopt de campagne echter stroef.

Om deze campagne in Tilburg nieuw leven in te blazen hebben we met behulp van de overtuigingsprincipes van Cialdini gekeken naar oplossingen.

Inhoud

Versie Eline (19-04-24)	4
Versie Groep (22-04-24).....	5
Feedback Hanneke	6
Nieuwe versie (23-04-24)	7
Plan	8

Versie Eline (19-04-24)

1. Wederkerigheid

- Uitspraken op flyers en/of social media: "Meld je gratis aan"

2. Schaarste

- Uitspraken op flyers en/of social media "Nog maar 3 plekken over!" en "Vol=vol"

3. Sympathie

- Vriendelijke en enthousiaste tone of voice

4. Binding en consistentie

- Uitnodigen voor presentaties van gemaakte projecten (voorbeeld: gemaakte film laten zien voor alle geïnteresseerden)

5. Autoriteit

- Vluchtelingenwerk nederland naar voren laten komen
- Subsidie bronnen laten zien ("Gesponsord door...")

6. Sociaal bewijs

- Reviews van oud deelnemers

7. Eenheid

- Op social media laten weten: "WUYM Tilburg gaat bijna van start! Nog niet aangemeld? Het kan nog..."
- Na de eerste meeting: "We zijn van start gegaan! Dit is onze WUYM groep van Tilburg september 2024"

Versie Groep (22-04-24)

1. **Wederkerigheid**

Door uit te lichten dat mensen gratis aan kunnen melden voor het programma en een MDT-certificaat ontvangen na het uitvoeren van het project, kunnen mensen eerder geneigd zijn zich aan te melden.

2. **Schaarste**

- Deadline van aanmelding aangeven ("Je hebt nog maar 3 dagen om je aan te melden")
- Een teller van het aantal aanmeldingen toevoegen aan de website en social media om aan te kunnen geven "Nog maar 2 plekken beschikbaar"

3. **Sympathie**

- Vriendelijker taalgebruik hanteren op de website
- Beelden laten zien van de deelnemers van eerder uitgevoerde projecten
- Als vrijwilligers (begeleiders van projecten) van Wake Up Your Mind persoonlijk langsgaan op plekken zoals sportverenigingen of studentenverenigingen kunnen ze een activiteit met hun doen en een band creëren waardoor mensen eerder deel zullen nemen aan het project in Tilburg. (+)

4. **Binding & consistentie**

5. **Autoriteit**

- Recensie/ verhalen van oud deelnemers op de website en social media delen (misschien meer sociaal bewijs?)
- Laten zien dat het programma gesubsidieerd wordt door ...
- Bekende/ gerespecteerde mensen uit Tilburg hun waarde uit laten spreken voor dit project.

6. **Sociaal bewijs**

- Bij het aanmeld formulier ook laten zien hoeveel deelnemers er al mee hebben gedaan.
- Door een kort interview te houden de mensen die deel hebben genomen aan het programma over hun ervaringen, kan er een korte versie van het interview op social media geplaatst worden om zo andere te overtuigen om ook eens mee te doen.

7. **Eenheid**

- X aantal keer per jaar een soort reünie houden met oud deelnemers om een groep te vormen.
- Benadrukken wat de groep die deelneemt aan Wake Up Your Mind! doet voor de samenleving.
- Als het project gestart is de groep delen: "We zijn van start gegaan! Dit is onze WUYM-groep in Tilburg van september 2024!"

Feedback Hanneke

Schaarste:

Je wil mensen niet afschrikken om deel te nemen daarom kan je misschien iets maken van:
"Eerste 10 aanmeldingen ontvangen een WUYM! goodiebag."

Eenheid & sympathie:

Ga voor deze onderwerpen ook onderzoeken waarom de doelgroep twijfelt om aan te melden.
(Dit doen we in de enquête)

Binding & consistentie (is misschien niet het meest belangrijk voor deze opdracht):

Je kunt kijken of je een online community kan maken voordat ze zich echt aan moet melden of we kunnen "meld je aan voor de nieuwsbrief" of "volg ons op social media" gebruiken als bindingsmiddelen.

Autoriteit:

Zoek iemand op uit Tilburg met veel volgers bijvoorbeeld:

Steven Brunswijk, Leo Alkemade, Boaz (springparken), voetballer van Willem 2?

à Na promotie kunnen we de influencers een Q&A laten doen zodat mensen nog wat dingen kunnen vragen over WUYM en deelname hieraan.

We zouden ook oud deelnemers in kunnen zetten om nieuwe mensen te werven en hun misschien een beloning geven (miss nog een keer gratis meedoen) als ze nieuwe mensen aanmelden.

Feedback overtuigingsprincipes:

- Eerste 10 krijgen extra drankje/welkomstborrel/t-shirt/goodiebag
- Kom je met z'n tweeën dan krijg je...
- Onderzoek doen over waarom mensen twijfelen
- Online community
- Reunie van oude deelnemers voor social media content
- Bedenk laagdrempelige starters voor Wake Up Your Mind - hoe geef je een beter beeld van het project op een laagdrempelige manier?
- Wie komt hier uit de omgeving met veel volgers? Leuke meetup plekken in Tilburg met social media
- Om ons heen een gesprek voeren/enquete sturen - redenen wel of niet te doen.

Nieuwe versie (23-04-24)

1. Wederkerigheid

Door uit te lichten dat mensen gratis aan kunnen melden voor het programma en een MDT-certificaat ontvangen na het uitvoeren van het project, kunnen mensen eerder geneigd zijn zich aan te melden.

2. Schaarste

- Beperkte beloning geven voor jongeren die zich aanmelden. Bijvoorbeeld: "Eerste 10 aanmeldingen ontvangen een WUYM goodiebag."
- Belonen om te delen met anderen: "Kom je met z'n tweeën, dan krijg je..."

3. Sympathie

- Belangrijk om hier te onderzoeken waarom de doelgroep twijfelt voor aanmelding.
- Vriendelijker taalgebruik hanteren op de website.
- Beelden laten zien van de deelnemers van eerder uitgevoerde projecten

4. Binding & consistentie

Creëren van een online community voordat jongeren zich echt aan moeten melden. Als bindingsmiddel kan de doelgroep zich aanmelden voor de nieuwsbrief of WUYM volgen op Instagram.

5. Autoriteit

- Recensie/ verhalen van oud deelnemers op de website en social media delen
- Bekende/ gerespecteerde mensen uit Tilburg hun waarde uit laten spreken voor dit project. Een influencer of bekende meet-up plek uit Tilburg iets laten plaatsen op social media.

6. Sociaal bewijs

- Reünie van oud deelnemers organiseren voor social content.
- Door een kort interview te houden de mensen die deel hebben genomen aan het programma over hun ervaringen, kan er een korte versie van het interview op social media geplaatst worden om zo andere te overtuigen om ook eens mee te doen.

7. Eenheid

- X aantal keer per jaar een soort reünie houden met oud deelnemers om een groep te vormen.
- Benadrukken wat de groep die deelneemt aan Wake Up Your Mind! doet voor de samenleving.
- Als het project gestart is de groep delen: "We zijn van start gegaan! Dit is onze WUYM-groep in Tilburg van september 2024!"

Plan

Doel: Online community creëren voor Wake Up Your Mind

- Influencers proberen te bereiken (Autoriteit)
- Content plan opstellen voor Instagram, consistentie (Eenheid)
- Nieuwsbrief (Sympathie)