

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 worden of daarvoor budget vrijgemaakt kan worden.			