

WAKE
UP **YOUR**
MIND!

Update 6-05-24

Overview

1. Hoofdvraag
 2. Terugkijken
 3. Doelgroep
 4. Resultaten enquête
 5. Enquête oud deelnemers
 6. See Think Do Care Model
 7. Voorbeeld content
 8. Vooruitkijken
- 

Hoofdvraag



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

Doelgroep



Rotterdam

- Bevolking **671.125** personen
- **10,8%** valt binnen doelgroep
 - ongeveer **71.810** jongeren
- **44,5%** Nederlandse afkomst

Tilburg

- Bevolking **227.694** personen
- **35,7%** valt binnen doelgroep
 - ongeveer **81.287** jongeren
- **68,8%** Nederlandse afkomst

Persona



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

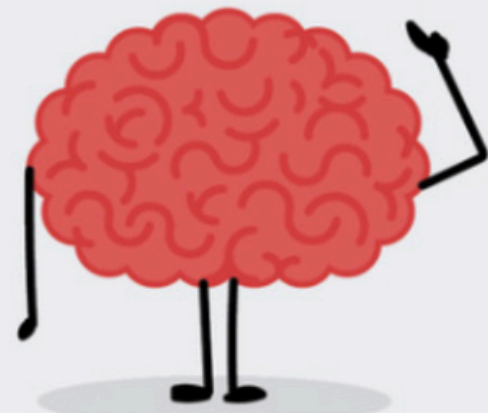
80%

Resultaten enquête

Versie 1



Versie 2 👍



Versie 1: 👍

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

Versie 2: 👍



Versie 1:

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

Versie 2: 👍

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

Versie 1

Wake Up Your Mind!

Voor meer informatie, aanmelding of locaties bij jou in de buurt:

 @wakeupyourmindvwn
www.vluchtelingenwerk.nl/wakeup
wakeupyourmind@vluchtelingenwerk.nl

Versie 2 👍

Meer informatie?

 [@wakeupyourmindvwn](https://www.instagram.com/wakeupyourmindvwn)
 www.vluchtelingenwerk.nl/nl/projecten/wakeupyourmind
 wakeupyourmind@vluchtelingenwerk.nl

Resultaten enquête

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.

Enquête oud deelnemers



Opgesteld om inzicht te krijgen in de redenen waarom oud-deelnemers mee hebben gedaan aan WUYM. Ook waarom zij vinden dat andere jongeren ook deel zouden moeten nemen.

- Doorgestuurd?
- Geen antwoorden gekregen
- Kunnen we momenteel niet verwerken in het project

See Think Do Care

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			

Voorbeeld content

See fase



Activiteiten



Joulen



Minigolf



Traditionele dans

Voorbeeld content

Think fase



VluchtelingenWerk Nederland

Maatschappelijk Diensttijd

Wil jij ook je certificaat voor Maatschappelijk Diensttijd behalen?

KIJK NU OP:
www.vluchtelingenwerk.nl
Leer nieuwe mensen en culturen kennen!

WAKE UP YOUR MIND
Adobe Express

WAKE UP YOUR MIND

VluchtelingenWerk Nederland

DOE MEE MET MDT.NL

Kijk op
www.vluchtelingenwerk.nl

Voorbeeld content

Do fase



Voorbeeld content

Care fase



Doe jij weer mee?



VluchtelingenWerk
Nederland



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.

WAKE UP YOUR MIND!



Voorbeeld content

Care fase



Voorbeeld te delen post

Vooruitkijken

Welke ideeën hebben we nog?

- Experimenteren met een poster
- **Media planning** van See fase tot einde project
- Highlights op Instagram in combinatie met verschil in content opdelen in regio's
- Maken van een nieuwsbrief (laagdrempelig)
- **Merkguardian**
- **Growth hacking**

Bedankt

