

Marketing voor programmamakers

Hoe maak je de vertaalslag van
inhoud naar publiek

Hannah van der Rest
Marketingstrateeg

Stelling

Een programma met weinig publiek, kan toch een succes zijn

Stelling

- A. De programmamaker moet inspelen op de behoefte van het publiek
- A. De programmamaker moet zelf agenderen

Stelling

- A. Als een programma weinig publiek trekt, ligt dat meestal aan de marketing
- A. Als een programma weinig publiek trekt, ligt dat meestal aan de inhoud

Bepaal je doelgroep





AMSTERDAM

24H

NOORD

29 OKTOBER
06:00-06:00

ONTDEK
JE
STAD
24 UUR LANG!

Ken de drijfveren en behoeftes van je doelgroep



CUSTOMER INSIGHTS CANVAS

www.perspective.amsterdam
Insights | Design | Academy





Werk met een ijkpersoon



Oefening

Maak een IJkpersoon voor jouw programma.

Wees zo gedetailleerd mogelijk. Denk bijv aan:

- Naam
- Leeftijd, woonplaats, werk, opleiding, gezinssituatie, inkomen
- Interesses, vrije tijd besteding
- Winkels en merken
- Mediagedrag
- Eigenschappen
- Een quote of motto van deze persoon
- Behoeftte: waarom zou deze persoon naar je programma komen?

Neem de tijd om de boodschap (tekst, titel beeld)
helder te krijgen

Goede overdracht aan je marketeer is hierbij
essentieel

Oefening

Lees de twee teksten. Vragen:

- Welke van de twee versies vind je beter?
- Waarom vind je die beter?
- Waar zit de verbetering precies?
- Hoe ziet de doelgroep van dit programma eruit denk je?

Vind het haakje

Waarom we apathisch zijn over klimaatverandering

En hoe dit te doorbreken

‘Een apathische houding is de publieke norm. Want we geven om de natuur en onze kleinkinderen, maar we geven ook om onze vliegvakantie.’



Het *waarom* is belangrijker dan het *wat*

Het Grote Kerstmisverstand

Je denkt dat je Kerst kent? Je hebt geen idee. Hoe zat het echt met die onbevleete ontvangenis? Hoe werden steengrill en gourmet synoniem voor de geboorte van het Christuskind? Waarom is Jezus uit Nazareth in hemelsnaam wit? En welk marketinggenie is verantwoordelijk voor kerstclichés als de o zo onpraktische *in-house* denneboom, Santa's coca-colaverslaving en de jaarlijkse Sissi en Home Alone-marathon?

Verwacht ontkrachte misverstanden, ontrafelde tradities en een berg indrukwekkende weetjes voor het kerstdiner. Met filmkenner Basje Boer, theoloog Janneke Stegeman, een fonkelnieuw kerstverhaal, All I Want for Christmas-karaoke, een zeer serieuze sjoel- en quizcompetitie en Cynisch Tekstborduren.

Denk in de communicatie van buiten
naar binnen

3 Bart Schalekamp

Kunstenaar Bart Schalekamp beweegt zich op het snijvlak tussen kunst en design. Hij laat zich inspireren door verschillende materialen, die hij spelenderwijs onderzoekt op hun specifieke eigenschappen, om ze vervolgens samen te voegen in een kinetische sculptuur. Hij hoopt met zijn werk eenzelfde speelse verwondering op te roepen bij het publiek.

De lezer scant de tekst eerst

Jij zit te diep in de inhoud om objectief
te kunnen kijken

Dus vind objectieve meelezers

Oefening

- Lees de concepttekst
- Welke associaties roept deze tekst op?
- Wat denk je bij het zien van de titel?
- Krijg je zin om dit programma te bezoeken? Waarom wel/niet?
- Bij welke woorden ga je 'aan'?
- Bij welke woorden haak je af?
- Wat mist nog in deze tekst?
- Is duidelijk welke behoefte dit product vervult?
- Voor wie denk je dat deze tekst geschreven is?

VRAGEN?