

# Communicatieplan WinterWelVaart 2010

## Inleiding:

Het zwaartepunt van de communicatie van WinterWelVaart 2010 ligt in de stad Groningen en de directe omgeving. Het doel is de naamsbekendheid van het evenement te vergroten en iedereen te informeren over het brede programma van WinterWelVaart.

WinterWelVaart is één evenement (niet diverse losse activiteiten). Belangrijk is dit te benadrukken en niet alle losse activiteiten, door middel van extra drukwerk, onder de aandacht te brengen. Iedereen in de stad Groningen moet na de editie van 2010 weten wat WinterWelVaart is en wat er allemaal te doen is. Dit lukt niet door in aparte communicatietrajecten specifieke programmaonderdeel te promoten.

## Doelgroep(en):

1. Stadgers en mensen uit de directe omgeving van de stad
2. Bezoekers aan binnenstad Groningen
3. Toevallige voorbijgangers evenemententerrein
4. Mensen (gezinnen) die er een dagje opuit willen
5. Scheepvaartliefhebbers uit Nederland
6. Omwonenden van het evenemententerrein
7. Geïnteresseerden in kunst, cultuur, muziek, etc

## Doelstelling:

1 Zo veel mogelijk mensen informeren en enthousiast maken over WinterWelVaart: activeren om een bezoek aan het evenement te brengen.

2 Vergroten van naamsbekendheid WinterWelVaart

## Boodschap:

Kom vrijdag 17 december (opening) en/of zaterdag 18 en/of zondag 19 december naar WinterWelVaart.

WinterWelVaart heeft een breed programma voor jong en oud (dus ook voor jou!!)

## Middelen/media:

- Internet
  - Website
  - Nieuwsbrief
  - Hyves
  - Flickr
  - Twitter
  - Blogs en overige sites voor vermeldingen
- Programmakrant
- Programmapfolder
- Advertenties Gezinsbode
- Poster (A0 en A3)
- Media (persberichten)
- (uitgaans) Agenda's (offline en online)
- Brieven (omwonenden)
- Informatiezuilen op evenemententerrein

## Doelgroep, analyse middelen

| Doelgroep                         | Analyse                          | Middelen                 |
|-----------------------------------|----------------------------------|--------------------------|
| Stadgers en mensen uit de directe | Wonen in de directe omgeving van | - Locale/regionale media |

|   |  |   |
|---|--|---|
| omgeving van de stad                            | het stad en willen (als ze de tijd hebben) wel iets leuks doen (eventueel combineren met bezoek binnenstad). Kijken op internet wat WinterWelVaart is.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Posters</li> <li>- Advertentie krant</li> <li>- Programmakrant</li> <li>- Sociale media</li> <li>- Uitgaansagenda's</li> <li>- Programmafolder</li> <li>- Internet (o.a. sociale media)</li> </ul> |
| Bezoekers aan binnenstad Groningen              | Zijn in de stad (niet voor WinterWelVaart). Willen, als ze er toch zijn, wel even kijken. Of komen tijdens evenement weer terug. Combineren bezoek wellicht met een andere activiteit/bezoek.  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Posters</li> <li>- Programmafolder</li> <li>- Advertentie krant</li> <li>- Internet (o.a. sociale media)</li> <li>- Uitgaansagenda's</li> </ul>  |
| Toevallige voorbijgangers evenemententerrein    | Zijn in de binnenstad om bijvoorbeeld te winkelen. Lopen langs het evenemententerrein en zijn aangenaam verrast. Ze wisten er niets van en besluiten om het terrein op te lopen. Met laagdrempelige informatie gaan ze misschien meer onderdelen bezoeken. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informatiezuil op het evenemententerrein</li> <li>- Programmafolder</li> </ul>   |
| Mensen (gezinnen) die er een dagje opuit willen | Wonen in het noorden – of wellicht iets verder weg – en willen er wel een dagje op uit. Niet zelden met kinderen.  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gerichte media</li> <li>- Gerichte agenda's</li> <li>- Internet (o.a. sociale media)</li> <li>- Posters</li> <li>- Advertentie krant</li> </ul>  |
| Scheepvaartliefhebbers uit Nederland            | Zijn geïnteresseerd in de scheepvaart en de geschiedenis. Bezoeken locaties/evenementen waar schepen/scheepvaart centraal staat. Hebben wellicht zelf ook een schip. Willen achtergrondinfo.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gerichte media</li> <li>- Gerichte agenda's</li> <li>- Internet (o.a. sociale media)</li> </ul>  |
| Omwonenden                                      | Direct omwonenden van het evenemententerrein informeren wat er voor hun deur gaat gebeuren. Zorgen voor enthousiasme, draagvlak en medewerking.  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Brief huis aan huis verspreid waarin wordt uitgelegd wat ze kunnen verwachten. Eventueel een uitnodiging voor een gezamenlijk hapje/drankje</li> </ul>   |
| Belangstellenden in kunst, cultuur, muziek, etc | Zijn geïnteresseerd in één specifiek programmaonderdeel (bijvoorbeeld muziek, literatuur, beeldende kunst). Volgen via eigen media wat er op dat gebied gebeurt en bezoeken – als ze het interessant vinden – de activiteiten                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gerichte media</li> <li>- Gerichte agenda's</li> <li>- Internet (o.a. sociale media)</li> <li>- Posters</li> </ul>   |

## Planning:

| Wat             | Wanneer  | Doel   | Hoe   |
|-----------------|--|--|---|
| <i>Internet</i> |  |  |   |
| Website         | Hele jaar door, met nadruk op oktober tot en met december. | Alle informatie over het evenement. De centrale plek van de online communicatie.   | Content toevoegen<br><a href="http://www.winterwelvaart.nl">www.winterwelvaart.nl</a>   |
| Hyves           | Hele jaar door, met nadruk op oktober tot en met december. | Netwerk van ambassadeurs van WinterWelVaart opbouwen. Ook is het een middel om zichtbaar te zijn voor de ruim 9 miljoen 'leden' van de site. | Netwerk van vrienden opbouwen en deze regelmatig informeren.<br><a href="http://winterwelvaart.hyves.nl/">http://winterwelvaart.hyves.nl/</a> |
| Flickr          | Vanaf begin november                                       | Opzetten virale marketing + promoten   | Mensen stimuleren foto's te plaatsen en te delen via de eigen group   |

|                        |                                       |   |  |
|------------------------|---------------------------------------|---|--|
|                        |                                       | evenement als foto-geniek + mensen betrekken bij evenement (kunnen foto's toevoegen die zichtbaar zijn op site)   | <a href="http://www.flickr.com/groups/winterwelvaart/">http://www.flickr.com/groups/winterwelvaart/</a>  |
| Twitter                | November, december.                   | Vergroten online zichtbaarheid + Netwerk van ambassadeurs van WinterWelVaart opbouwen (twitteraars niet zelden op en top netwerkers) + virale marketing | Plaatsen van microblog met evt. foto's en filmpjes.<br><a href="http://twitter.com/winterwelvaart">http://twitter.com/winterwelvaart</a>   |
| Nieuwsbrief            | 16 November en 7 december             | Relaties informeren   | Nieuwsbrief schrijven en naar zoveel mogelijk contacten/relaties van WWV sturen – ingeschreven via website   |
| Blogs en overige sites | Oktober, november en december         | Geïnteresseerden in specifieke programmaonderdelen informeren   | Doelgroep specifieke websites/blogs voorzien van gerichte informatie.  |
| <i>Drukwerk</i>        |                                       |   |  |
| Programmakrant         | Verspreiding begin december (week 48) | Inwoners gemeente Groningen informeren over het brede programma   | In samenwerking met mediapartner een krant realiseren. Deze wordt in de gemeente Groningen huis aan huis verspreid.  |
| Programmafolder        | Verspreiding begin december           | Geïnteresseerden informeren over het programma  | Handzaam overzicht van het complete programma. Aanbieden tijdens evenement en vooraf verspreiden via diverse kanalen (nieuwe displays Volle Zalen in ruime omtrek Groningen).  |
| A0 posters             | Van 6 december tot en met 20 december | Zichtbaar op straat stad en omgeving  | 25 citydisplays via Hoffman + 2x series van 100 via Bizon in stad Groningen + serie van 170 in Leek, Roden, Winsum, Drachten, Assen, Delfzijl, Winschoten  |
| A3 posters             | Van 6 december tot en met 20 december | Zichtbaar op straat stad en omgeving  | 370 via bibliotheken in Groningen, Friesland en Drenthe<br>Overige 130 vooral via eigen netwerk verspreiden, b.v. buurtvereniging. Relaties informeren dat ze promotiemateriaal kunnen afhalen bij het museum: posters, programmafolder, evt programmakrant. |
| <i>Media</i>           |                                       |   |  |
| Persberichten          | Vanaf eind september                  | Krijgen van media-aandacht (freepublicity)  | Gerichte persberichten versturen voor diverse doelgroepen en bloggers. Materiaal aanbieden en beschikbaar voor meer informatie.  |
| (Uitgaans)agenda's     | Oktober/november                      | Informeren diverse uitgaansagenda's   | Aanmelden + info sturen  |
| <i>Overige</i>         |                                       |   |  |
| Brief omwonenden       | 7 december                            | Omwonenden en bedrijven informeren over wat er gaat gebeuren en wat dat voor hun betekent   | Brief schrijven en huis aan huis verspreiden bij omwonenden en bedrijven.  |

|  |                       |  |  |
|--|-----------------------|--|--|
| Informatiezuilen op evenemententerrein | 17, 18 en 19 december | Voorbijgangers en bezoekers informeren over programma en wegwijs maken op het evenemententerrein | Vier opvallende/herkenbare zuilen verspreid over het terrein waar het dagprogramma op te lezen valt + plattegrond waar alles te doen is + 'bakjes' waar mensen de programmapolder uit kunnen pakken. |
|--|-----------------------|--|--|

**Bijlage 1: Begroting**

**Bijlage 2: Planning**