



Uitgangspunt:

Jongeren krijgen veel prikkels via veel verschillende kanalen.

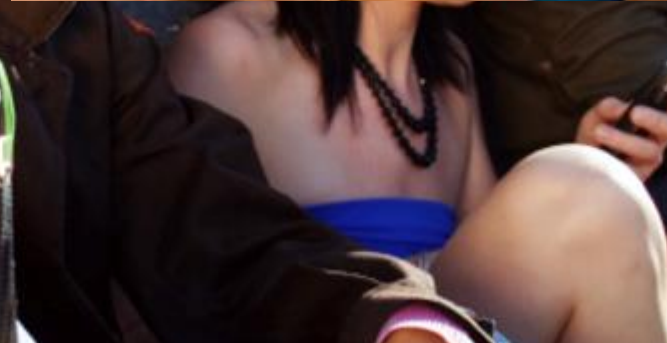
Hen bereiken en interesseren is een hele klus!

Maar het is mogelijk.

10 gouden regels in jongerenmarketing

- Theorie
- Interactief
- Advies op maat





1. De boodschap moet kort en krachtig zijn

- Snelheid van de media;
- De vele prikkels die jongeren krijgen;
- Veel verschillende kanalen;
- Jongeren hebben een korte spanningsboog qua concentratie;
- Jongeren zijn verwend;
- De kracht van de boodschap bepaalt of jongeren de boodschap onthouden.
- NB Dit geldt uiteraard ook voor volwassenen, maar bij jongeren is het essentieel op de boodschap kort en krachtig te laten zijn.



2. Wees origineel en opvallend

- Het filmpje 'Push to add drama', is meer dan 14 miljoen keer bekeken, voornamelijk door jongeren;
- Origineel en opvallend in middelen en in tekst;
- Jongeren willen delen en er over praten
- Origineel: gebruik nieuwe media, zoals Vines / origineel in presentatie, humor, etc
- Opvallend: herkenbaar / iets dat terugkeert / in verschillende situaties dezelfde boodschap verkondigen, etc
- Andere goede voorbeelden:
 - Anouk met social media campagne waarin ze dronken is
 - Doutzen Kroes die zegt dat de HIV heeft

Hallo Alan,

Ik heb een klein stukje gemaakt die gepubliceerd kan worden in onze digitale nieuwsbrief.

Zie hieronder

Stadsdeelbijeenkomst voor en door Jongeren

De stadsdeelorganisatie

op donderdag 28 november 2013 van 18.30 t/m 21.00 uur organiseert de stadsdeelorganisatie Leidschenveen-Ypenburg in samenwerking met stichting Voor (jongerenwerk) en de jongerenambassadeurs een jongerenbijeenkomst met als doel de participatie en de betrokkenheid van de jeugd in Leidschenveen-Ypenburg te vergroten.

De bijeenkomst vindt plaats in het Hofbad aan de Ypenburgse Boslaan 30.

Alle jongeren uit Leidschenveen en Ypenburg worden uitgenodigd om mee te doen met deze bijeenkomst.

groet

EVENEMENT VOOR EN DOOR JONGEREN UIT LEIDSCHENVEEN-YPENBURG

Op donderdagavond 28 november organiseert de stadsdeelorganisatie Leidschenveen-Ypenburg stadsdeel een evenement voor jongeren

In samenwerking met: het jongerenwerk van stichting VOOR // de Haagse Jongerenambassadeurs // jongeren uit Leidschenveen Ypenburg

WAT: *evenement, met leuke activiteiten /film / radioshow / eten / muziek*

WANNEER: *donderdag 28 november 2013 // van 18.30 tot 21.00 uur*

DOEL: *meedenken over dat wat jongeren aangaat in jouw stadsdeel!*

LOCATIE: Hofbad / Ypenburgse Boslaan 30

VOOR WIE: *Alle jongeren uit Leidschenveen en Ypenburg*
(aanmelden niet verplicht, maar zou fijn zijn)

MIS DEZE BIJeenkomst NIET

DÉ KANS OM MEE TE PRATEN OVER WAT JIJ BELANGRIJK VINDT!

3. Stap uit je eigen comfortzone

- Probeer in het referentiekader te komen van je (jongeren)doelgroep;
- Verdiep je in je doelgroep;
- Probeer je in te leven hoe je was toen jij jong was.
- Werk samen met jongeren.
- Doe marktonderzoek



4. Jongeren willen zichzelf herkennen

- Hipsters, fashionistas, skaters, blowers, mooiboy's, voetballers, alto's, jolisten, kakkers, urban chicks, banga's, nerds, gothic chick, studenten, young professionals, hangjongeren en meer!
 - Wie kent al deze omschrijvingen?
 - Wie kan nog meer 'soorten' jongeren benoemen
- Jongeren willen wel de herkenning vanuit hun 'type', maar willen niet altijd zo benoemd worden (spanningsboog tussen ergens bijhoren en een individu zijn)
- Levenstijlen



Zelf aan de slag...

5. Waar zit je doelgroep?

- Welke doelgroep heb je gekozen?
- Op welke plekken denk jij hen te vinden?
- Doe research
- Zit je doelgroep online? Bereik ze daar!
- Is je doelgroep op een bepaalde plek? Ga daar naar toe.
- Middelen afstemmen op media en locaties;
- Maak een marketing mix

**WHAT'S
IN IT
FOR ME?**

© 2000 BENTON & BOWLES, INC.

6. What's in it for them?

- Verwoord de voordelen voor de jongere om zich aan te sluiten bij jouw organisatie, denk aan:
 - (Talent)ontwikkeling
 - Ervaringen
 - Fun
 - Vrienden
 - Waardering
 - Status
 - Cadeaus (bonnen)
 - Geld (laatste optie!)
- Wat nog meer?

ONDERWIJS

WERK

WONEN

GELD

SEKS

HULP

DRUGS EN VERSLAVING

RECHT

JONGE OUDERS

GEZONDHEID

VRIJE TIJD



MAAGD URGENTIE HUIS KAMER JONGE MOEDER
VOORLICHTING LEERPlicht SOA
TIENERMOEDERS DAKLOOS ABORTUS
ZWANGERSCHAPSTEST CONDOOM PIL

Zoek hier

Zoek

Populaire
zoekwoorden

CONTACT
OVER JIP
ABOUT JIP
BELANGRIJKE
ADRESSEN

FAQ
NIEUWS
MEDIA
AGENDA
BELANGRIJKE
LINKS
PROFESSIONALS

CONTACT:
070 365 59 30

STEL HIER
JE VRAAG



WELKOM!

Dit is de website van JIP Den Haag
JIP staat voor Jongeren Informatie Punt.
Bij het JIP kun je terecht voor informatie
en advies.

Op maandag tot en met vrijdag kun je
tussen 12.00 en 17.00 uur bij ons
binnenlopen en vragen stellen over
dingen die je bezig houden of waar je
geen raad mee weet. Je kunt ons ook
bellen, vragen stellen via de e-mail of
met ons WhatsAppen. We zijn er voor
jongeren tussen de 12 en 25 jaar. Het
kost niks en alles wat we doen is
vertrouwelijk.

SPREEKUREN BIJ HET JIP

Snel een antwoord op je vragen?
WhatsApp met JIP Den Haag!



WeHague App - download op je mobiel!



NIEUWS

27.10.2013 20:00
Jongin Thema-atelier Jongeren Actief
3.0

16.10.2013 14:47
De JIP-Gids, omdat jij alles wilt weten

07.10.2013 13:49
Nieuwe folder 'Goed of Fout Vriendje'

25.09.2013 13:55
Prinsjesdag... de gevolgen voor
jongeren.

7. Contact opnemen moet laagdrempelig zijn

- Werk met communicatiemiddelen die bij jongeren passen;
 - Gebruik een mix van communicatiemiddelen;
 - Zorg voor optimale bereikbaarheid;
 - Zorg dat je de communicatiemiddelen goed onder de knie hebt (anders niet doen!).
-
- Goede voorbeelden: What's app van het JIP / Wehague app / Twitteren met T-Mobile + klaagmuur.
 - Foute voorbeelden: “Dit nummer kost 60 ct per minuut”
 - Noem nog enkele goede en enkele foute voorbeelden...



8. Jongeren zelf laten meedenken

- Laat jongeren meedenken in de marketingmiddelen, -boodschap en – mix om andere jongeren te bereiken!
- Geef kaders waarbinnen de middelen gekozen kunnen worden;
- Laat ook het eindproduct weer ‘goedkeuren’;
- Laat de juiste doelgroep meedenken en meebeslissen.
- Andere voordelen:
 - Eigenaarschap
 - Talentontwikkeling en ervaring

$$1 + 1 = 3$$

9. Zoek samenwerkingspartners

- Vele organisaties willen 'een blik met jongeren' opentrekken;
- Je kan voor jouw project of organisatie jongeren gebruiken die ook al bij een andere organisatie actief zijn;
- Je kan samen een marketingmix uitzetten voor de jongeren die verschillende organisaties zoeken
 - Zoek wel naar de gemene deler
 - Zorg dat de boodschap duidelijk blijft
 - Maak van te voren afspraken over de jongeren die reageren: welke jongeren is voor welk project of organisatie, etc

A photograph of three young women sitting together, laughing and looking at their mobile phones. The woman on the left is wearing a light green shirt, the woman in the middle is wearing a pink shirt, and the woman on the right is wearing a blue shirt. They are all smiling and appear to be enjoying themselves. Two speech bubbles are overlaid on the image, containing Dutch text.

Simone,
Jamila en ik
zijn al hier.

Wanneer
kom jij?

Kom je
ook?

Het is
leuk hier!

10. Eerste jongeren inzetten

- Zet de eerste jongeren die deel (willen) nemen direct in als ambassadeurs om de volgende jongeren te werven;
- *Third man story's* werken het beste;
- Jongeren willen nooit de eerste zijn;
- Peer jongeren die laten weten dat het leuk en 'okay' is, hebben een hele grote marketing waarde;
- Betrek de peergroep in deze strategie;
- Blijf de deelnemende jongeren continu inzetten als communicatiekanaal naar de achterban.

Vragen?



125
procent

In gesprek met ...

Persoonlijk advies.