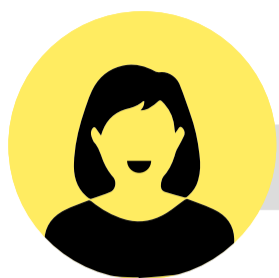


Join the Challenge

Volg Carmen



Coördinator marketing en communicatie

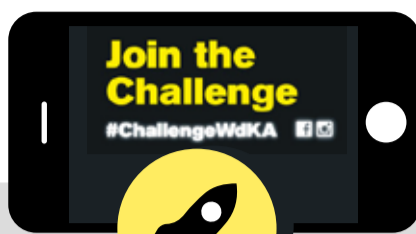
Willem de Kooning Academie

“Hoe kunnen we op slimme en pionierende wijze de interactie aangaan met onze ‘media savvy’ doelgroep”



Frame ipv artistieke uiting

Carmen kan dankzij het Challenge frame in een vroeg stadium **samenwerken** met docenten, studenten en managers om het concept invulling te geven



De campagne trapt af met 3 challenges

“Ik vind het spannend, wat gaat er komen, wat zal het bereik zijn?”

fairuza2.0 Mag je aan 1 challenge per keer meedoen of meerdere?

wdka Je mag aan meerdere Challenges meedoen #fairuza2.0. Welke Challenges zat je aan te denken?

fairuza2.0 Hardcopy en als ik tijd heb tourist en als ik een ingeving krijg nog meer. Of is er geen deadline?

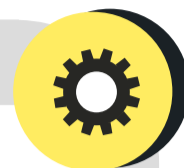
wdka @fairuza2.0 Je mag de Challenges doen wanneer jij wilt. Als je ze nog voor de Open Dag van 2 april kunt doen, kunnen wij ze ook nog delen en krijgen ze misschien nog een plekje op onze website!

fairuza2.0 Awesomel! Echt goed nieuws :D ahahadelaajde Wie dit ook bedacht heeft, echt fantastisch! Nu nog proberen er iets van te maken maar echt zó leuk die challenges!

wdka Dankjewel @ahahadelaajde en succes

Learning by doing

Het voelt nog onwennig om snel te reageren via social media dus vraagt Carmen **ondersteuning** om te zien hoe je in gesprek blijft



“Ik was eerst gericht op een groot bereik terwijl betrokkenheid meer volgers oplevert”



Nieuwe inzichten

Tijdens de open dag komt de belevingswereld van de bezoeker en studenten staat centraal te staan

“Ik ben gewend om de communicatie zelf te bepalen, maar ontdek onverwachte mogelijkheden door het enthousiasme vanuit het onderwijs”



Versterking

Binnen het onderwijs ontstaan op natuurlijke wijze initiatieven die aanhaken op de Challenges zoals een lesbrief voor middelbaar onderwijs en implementatie in de oriëntatiecursus



Extern event

Workshop van de open dag #Hack past perfect bij het event NerdsOnStage waar potentiële studenten met een technische interesse komen. Deze scholieren zijn lastig te bereiken



Eerste open dag

Workshops #Hack Challenge media team bericht live over de ervaringen van deelnemers aan workshops



Free publicity

Gastdocenten maken een populaire vlog over het geven van een Challenge vlogworkshop

15,197 views



Aanbeveling #3

Maak de WdKA benaderbaar, menselijk en dicht bij belevingswereld van jongeren

Carmen en teamgenoten definiëren de bouwstenen voor volgende campagnes in een visiedocument

“Hoofd toelatingen was niet voorbereid op zoveel meer aanmeldingen, dus hebben we de aanmeldingsdatum maar verschoven”

Resultaten Campagne

Empowerment



‘Deze aanpak vormt de nieuwe standaard’

– Simon de Ruijter
Requirer marketing en communicatie

Social

Gemiddeld bereik van

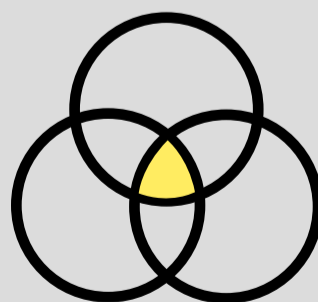
50.000

53% doelgroep 14-21 jaar

5.000

mensen betrokken
2.500 weekbasis

Innovatie



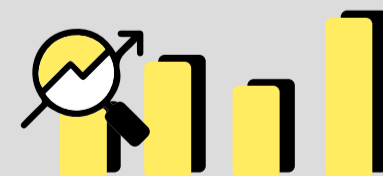
Integratie tussen onderwijs, werving en communicatie

‘We gaan verder experimenteren om organisatie en visie in te zetten voor de academie als community’

– Myrna van de Water
Hoofd marketing en communicatie

Stijging

sep okt nov dec



2.000 fans

20%

meer aanmeldingen