

VGC

Jeugdportaal en bijhorende
communicatieproducten

Aanbevelingen

Kunstmaan[®]

Juni 2010

Jeugdcommunicatie

1. Welke informatienood is er?

2. Hoe pakken we dit aan?

Hoe wordt er gezocht?

Welke items worden verwacht op detail activiteit?

Hoe 'praten' met VGC?

Wat met downloaden/fysiek verkrijgen van informatie?

3. Waar informatie aanbieden?

Op welke andere sites wordt gezocht?

Wat met nieuwsbrieven?

Wat met social networks?

Muntpunt?

4. Specifieke doelgroepen?

5. Vormgeving?

1. Welke informatie nood?

- Activiteiten > VGC + anderen
- Praten > VGC gezicht, bereikbaarheid, vertrouwen, ...
- Info voor ouders > K&G, opvang, babysit, taalkamp,...
- Info voor jeugdwerker > subsidies, regels, ...
- Info voor jeugd > Antwoorden: Vakantiejob, organiseren, gezondheid,...

2. Hoe pakken we dit aan?

Homepage aanpakken!

- Gefacetteerde zoekfunctie
 - 'Praat met ons' blok
 - 'Antwoorden!' blok
 - 'Cheap city'
 - Nieuws
 - Ingang ouders
 - Ingang jeugwerkers
- Services
- Backstage
-
- The diagram shows a list of seven items on the left. A blue bracket on the right groups the first five items under the label 'Services'. Another blue bracket on the right groups the last two items under the label 'Backstage'.

2. Hoe pakken we dit aan?

Hoe wordt er gezocht?

-Nood aan “gefacetteerde zoek” met combinatie van:

- Plaats, Inhoud, Datum, ...

- Content breder dan VGC kern

2. Hoe pakken we dit aan?

2. Welke items worden verwacht op detail activiteit?

- Onderwerp
- Bereikbaarheid / Plan
- Taal
- Contact gegevens
- Hoeveel deelnemers
- Wie is ingeschreven / Facebook Connect / Netlog
- Prijs
- Leeftijd
- Website / verdere info
- Waar inschrijven
- Inschrijvingsdatum

2. Hoe pakken we dit aan?

Hoe “praten” met VGC?

-Email

-Chat

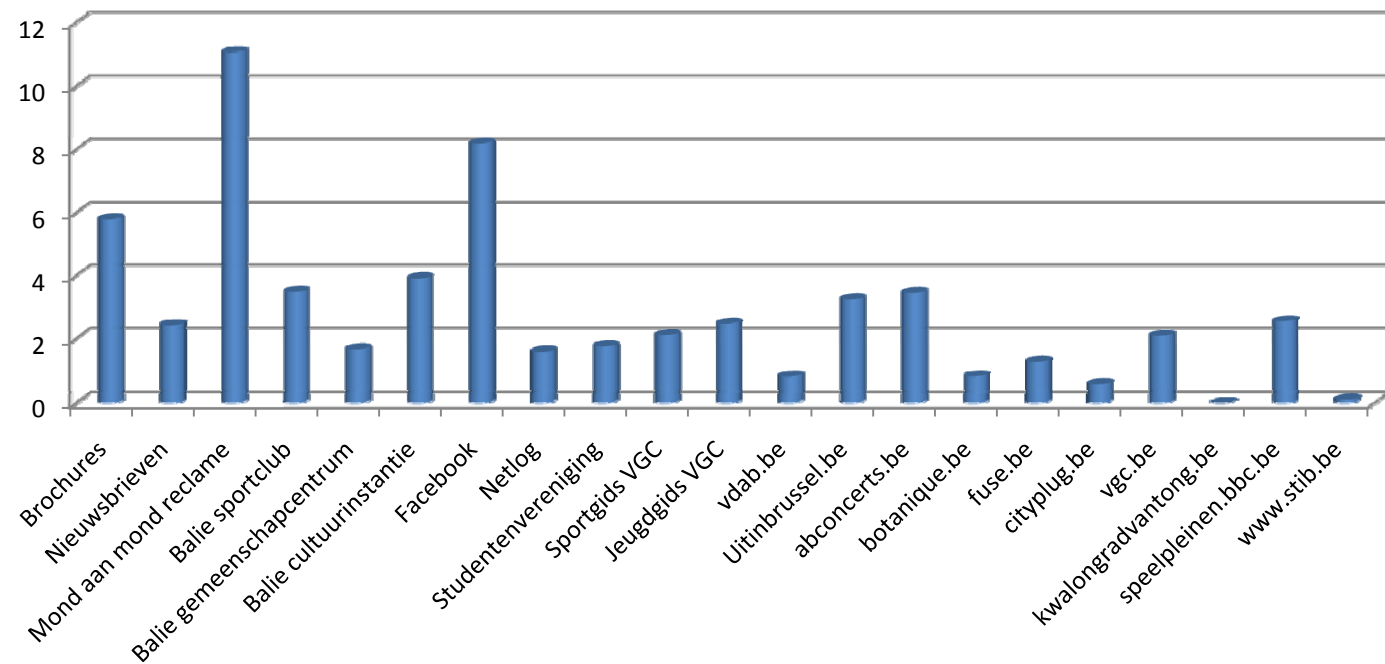
- Telefoon



Prioriteit op basis van bereikbaarheid

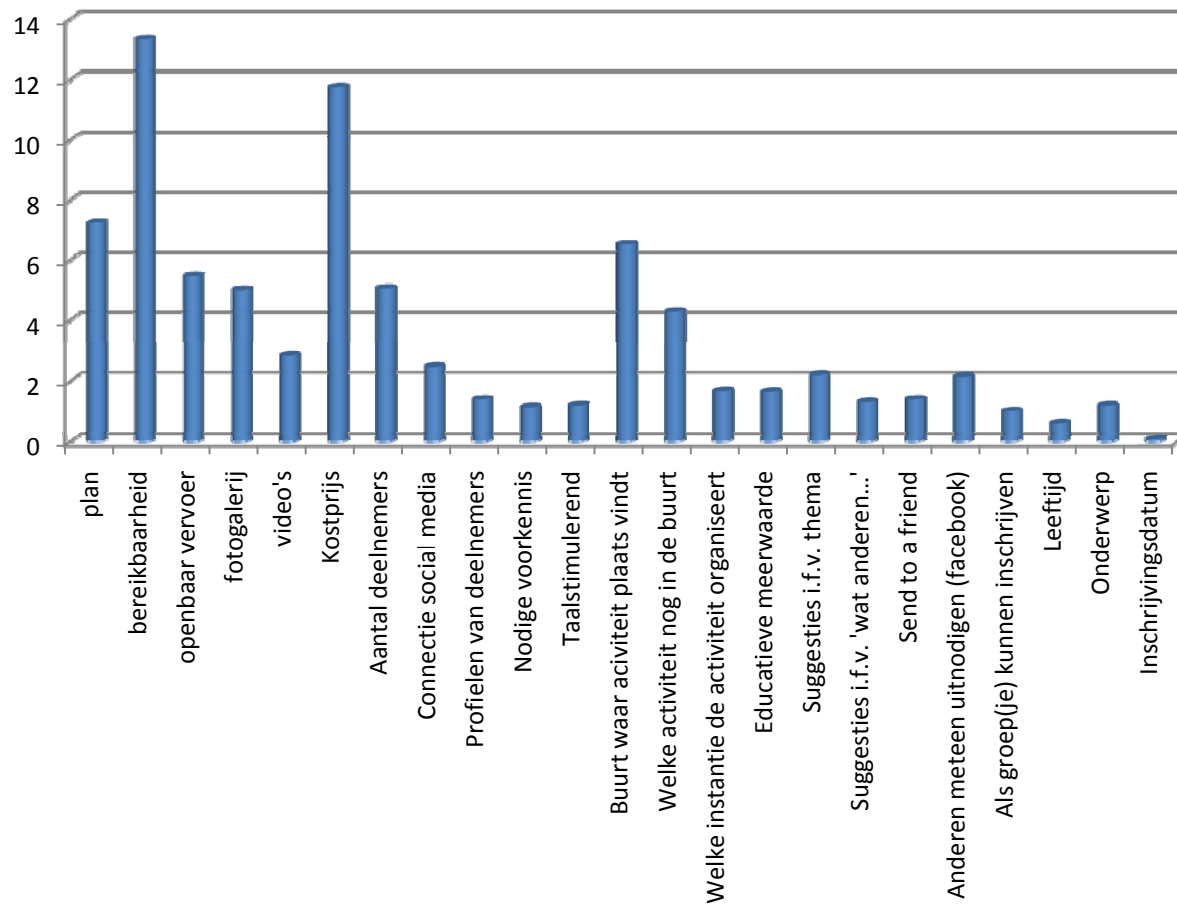
2. Hoe pakken we dit aan?

Welke informatiedragers vind je het belangrijkste?



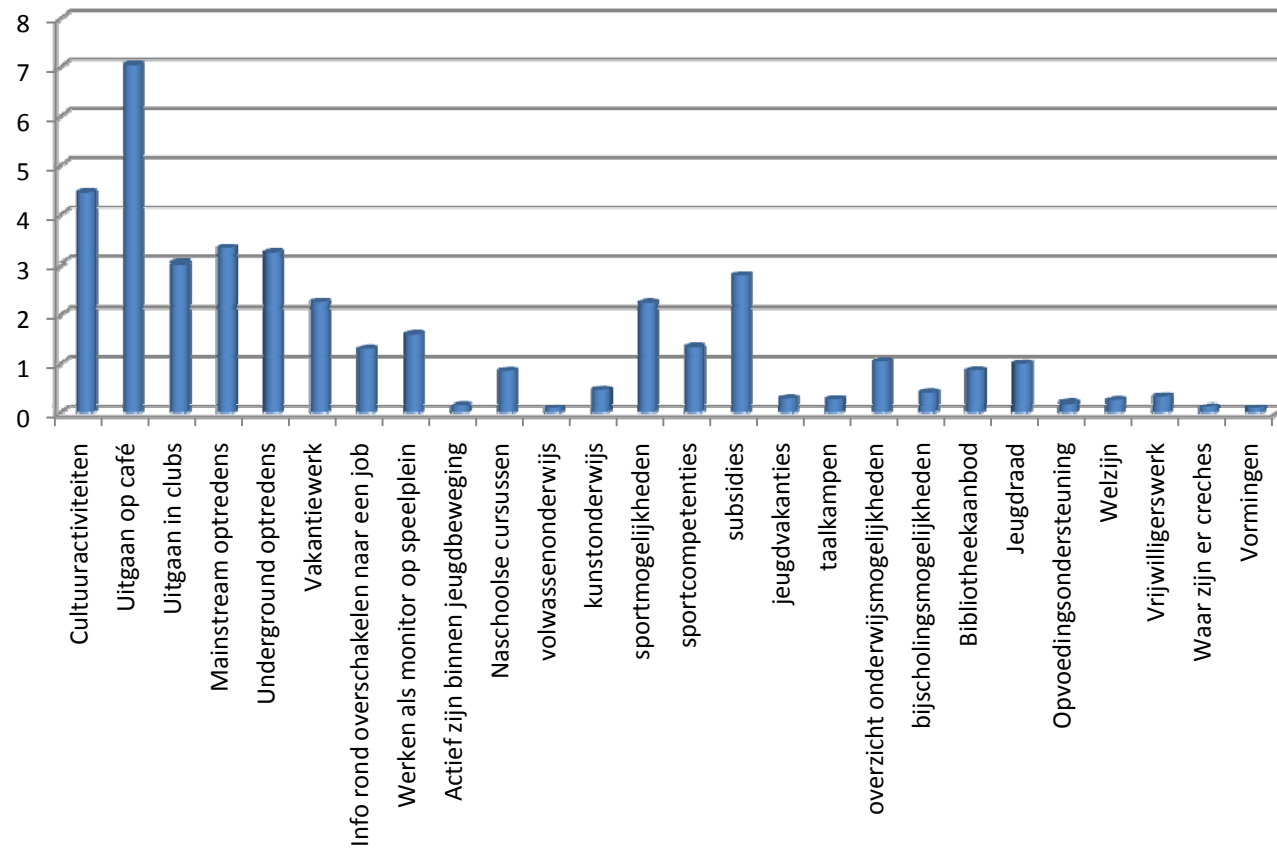
2. Hoe pakken we dit aan?

Welke inhoud vind je het belangrijkste?



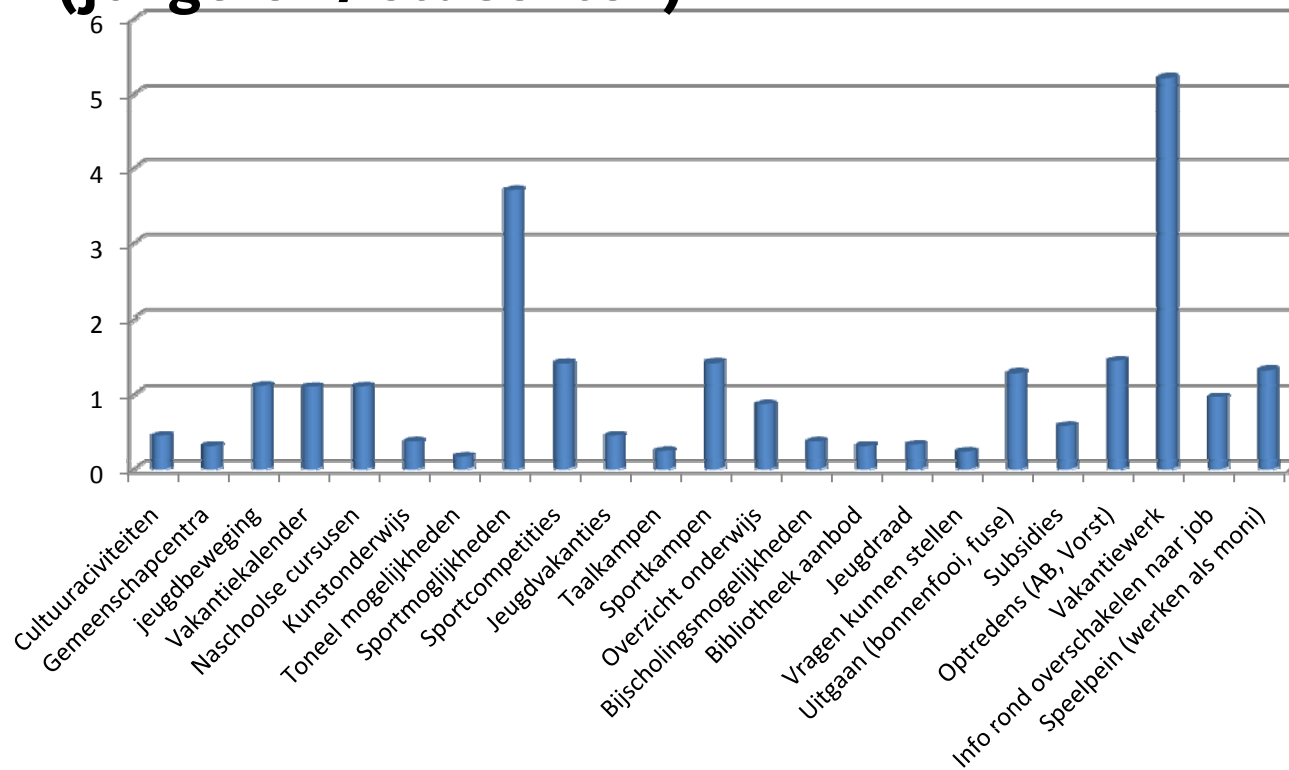
2. Hoe pakken we dit aan?

Welke onderwerpen vind je het belangrijkste?
(jeugdwerkers / ouders)



2. Hoe pakken we dit aan?

Welke onderwerpen vind je het belangrijkste?
(jongeren / studenten)



2. Hoe pakken we dit aan?

Informatie downloaden/fysiek verkrijgen?

- Brochures bestellen
- Downloaden van relevante stukjes info
- Samenstellen van 'My VGC'
 - Prefab voorbeelden
 - Share with network

3. Waar informatie aanbieden?

Communicatiestrategie

-Online:

-SEO (essentieel) + SEM (lancering)

The image shows a Google search results page for the query 'vakantie'. The search bar contains 'vakantie' and the search button says 'Zoeken'. Below the search bar, it indicates 'Ongeveer 19.800.000 resultaten (0,23 second)'. The results are categorized into 'Gesponsorde links' and 'Organische resultaten'. Three orange arrows point to the first three sponsored results:

- Goedkope Reizen** (www.Sunjets.be): Boek je Sunjets zo... vakantie online. Slim op reis aan een lage prijs!
- Vakantie** (www.neckermann.be/promos): De zon is gratis. Al de rest bijna. Ontdek de wereld met Neckermann.
- Vakantie Boeken?** (www.Zoover.be): Zoek hier je perfecte **Vakantie**. Reviews & aanbieders op een rij!

Other visible results include 'Jetair vakantie, goedkope reizen, vakantie vliegvakantie ...' and 'Vakantiehuizen, chalets, bungalows en villa's te huur in Frankrijk ...'. The right sidebar shows more sponsored links like 'Vakantie Turkije', 'Uitme vakantie in Oman', 'Last Minute Sunparks', and 'Vakantie boeken?'.

3. Waar informatie aanbieden?

Communicatiestrategie

-Online:

-Media: Netwerk partnerships in- en uitgaand



3. Waar informatie aanbieden?

Communicatiestrategie

-Online:

-Social Networks: Integreren, adverteren, participeren



3. Waar informatie aanbieden?

Communicatiestrategie

-Offline:

-Distributie:

-Gemeenschapscentra

-Scholen

-Raken in hun dagelijks leven

3. Waar informatie aanbieden?

Communicatiestrategie

-Offline:

-Trigger:

- Café / Locaties

- Sportclub

-Wachtplaatsen

-Street

3. Waar informatie aanbieden?

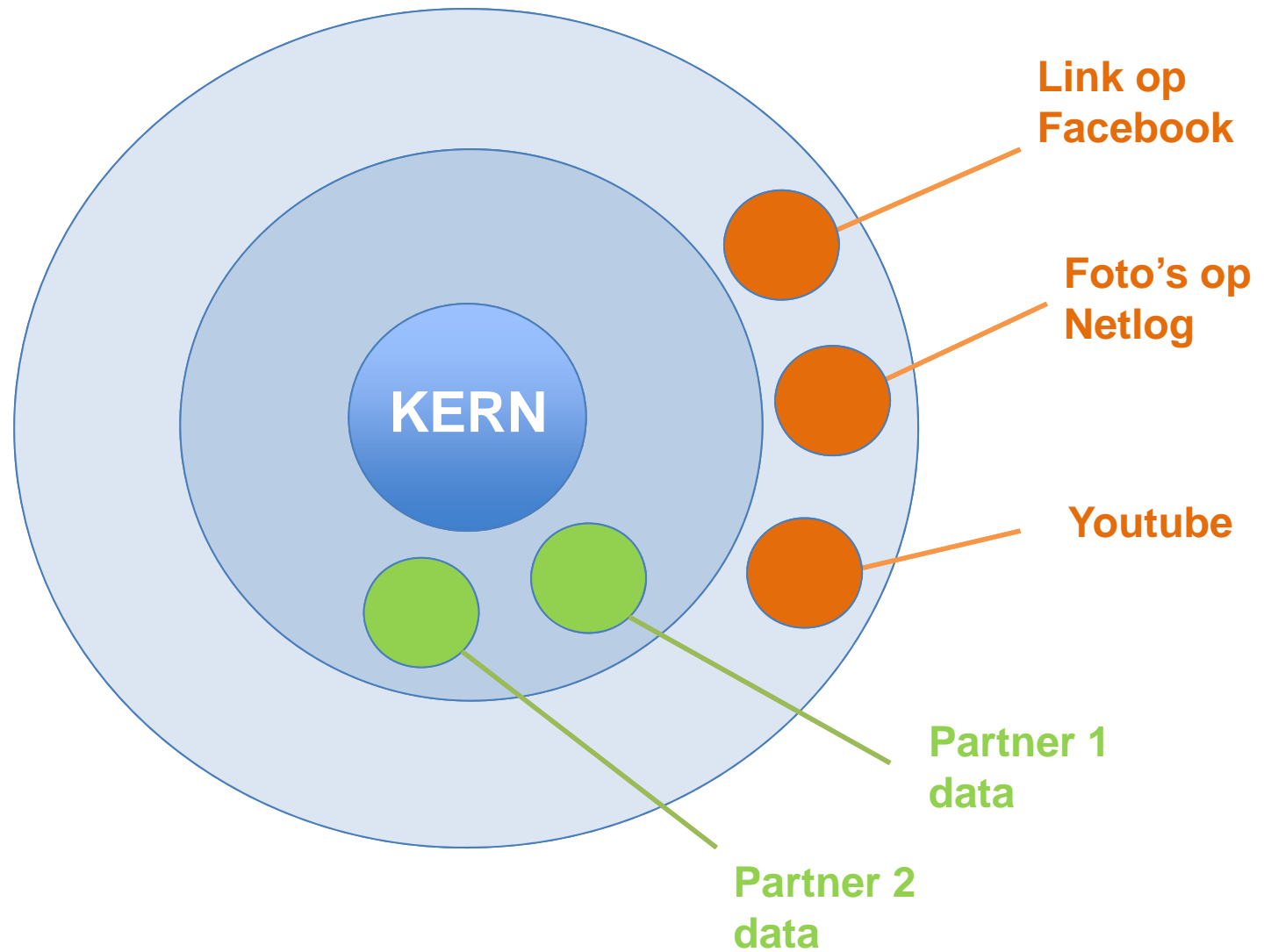
Communicatiestrategie

-Offline:

-Media:

- Zelfde partners
- Adverteren / contactpunten
- Content syndication ??

3. Waar informatie aanbieden?



3. Waar informatie aanbieden?

Wordt er op de andere sites gezocht?

- Concurrentie-analyse

 - Generalist activiteitenkalender (Uit in Bxl)

 - Specialist (Long tail)

- Waarom VGC?

 - Wat is de propositie van VGC?

 - Welk probleem lossen ze op?

 - Waarin zijn ze beter?

SERVICE
VERTROUWEN

3. Waar informatie aanbieden?

Wat met Nieuwsbrieven?

-Kinderen / Jongeren:

- GEEN nieuwsbrieven (Kinderen via ouders)
- Social media voor jongeren

-Studenten:

- JA zelf samenstellen (formaat, frequentie, inhoud)
- Alternatieven: Social media, RSS, SMS, ...

3. Waar informatie aanbieden?

Wat met Nieuwsbrieven?

-Traditionele nieuwsbrief werkt voor:

-Ouders

-Jongerenwerkers

3. Waar informatie aanbieden?

Hoe Social Network sites gebruiken?

AANGEPASTE STRATEGIE VOOR ELKE DOELGROEP !

(Welke media gebruiken we, wat doen we er mee, welke doelstellingen hebben we, ...)

- Kinderen/jongeren
- Studenten
- Ouders
- Jongerenwerkers

3. Waar informatie aanbieden?

Muntpunt?

- Belangrijke post in bestek!
- Niet ter sprake gekomen in sessies
 - Hoe gaan we hier mee om?

4. Specifieke doelgroepen?

- **Anderstaligen, laaggeschoolden, kansarmen:**
 - Ja voor print
 - Laagdrempelige site VS high concept site
 - Meertaligheid?
- **Nieuwkomers**
 - Migranten informeren tijdens hun integratieproces?
 - Vlamingen in Brussel. Welke kanalen?
- **Andersvaliden (bv blind)**
 - Anysurfer? Ja/Nee?

5. Vormgeving?

- **Goed design is nodig**
 - Enige kans maken
 - Mee kunnen met de concurrentie
 - Lat ligt HOOG
- **Functie boven vorm?**