

Campagne voorstel

De Financiële Coöperatie

Project G: Designing for Communities / Campaign Design



Project: Designing for Communities / Campaign Design

Projectcode: CMD-G-PR

Datum: 04 juni 2014

Versie: 0.3

Docente: Gaby Eenschoten

Groep: Bekijk 't Maar

Groepsleden:

- Justin Hundman
- Bilal Hussain
- Sinthujan Jeyakumar
- Vin Mercelina

Inhoudsopgave

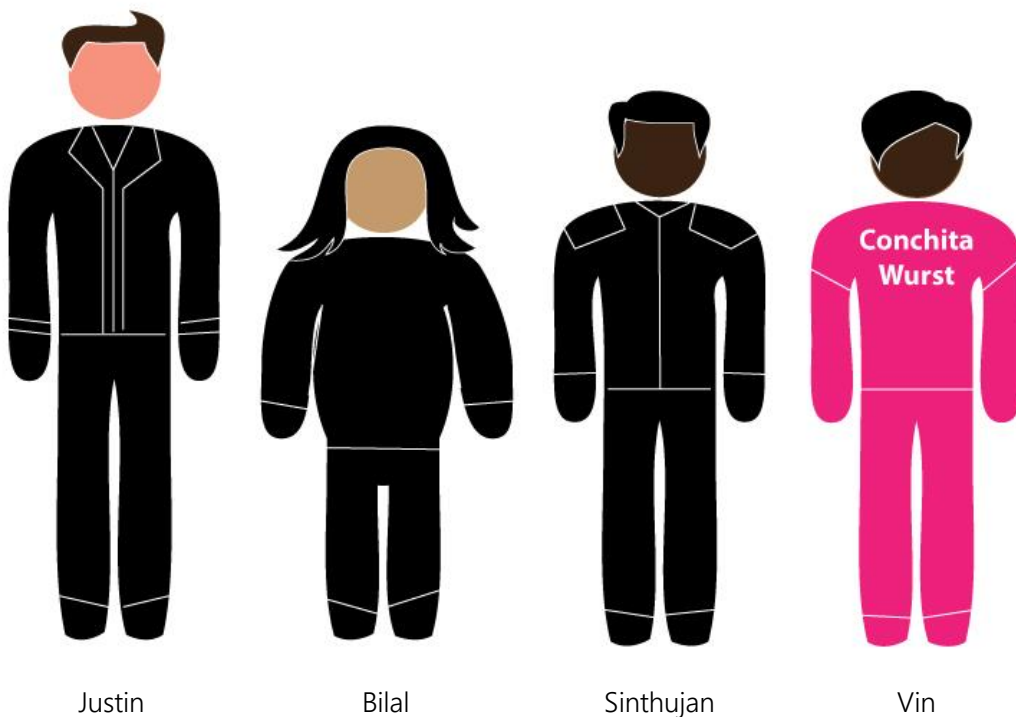
1. Inleiding.....	1
2. Het concept.....	2
2.1. Offline.....	2
2.2. Online.....	2
3. Offline.....	3
3.1. Bank.....	3
3.2. Foto's / fotograaf.....	3
3.3. 'Kom' de Bij (mascotte)	3
3.4. Flyer.....	4
3.5. Laptop voor foto's uploaden, delen, taggen	6
3.6. Laptop voor aanmelden	6
3.7. Promotiedames.....	6
3.8. Medewerkers DFC.....	6
3.9. Het totaalplaatje	7
4. Online.....	8
4.1. Campagne website (Kom D'r Bij).....	8
4.2. Website (DFC).....	11
4.3. Social Media.....	12
4.5. Het totaalplaatje	17
5. Offline + Online.....	18
5.1. Verschillende scenario's.....	19

1. Inleiding

De Financiële Coöperatie (DFC) is een initiatief van een team van 7 mensen. DFC wil de financiële wereld in Nederland veranderen door financiële zaken zelf te faciliteren. Daarnaast hebben zij de kernwaarden: helder en simpel, stabiel en bescheiden, samen en medezeggenschap, maatschappelijk en verantwoord, en duurzaam en lokaal. Als doel hebben zij: 10.000 leden vóór eind 2014. Hieruit is de opdracht voor dit project, genaamd 'Campaign Design', bedacht. Hoe kunnen wij DFC helpen met het behalen van hun doel? In dit campagne voorstel leggen wij dat graag uit. Maar wie zijn wij?

Bekijk 't Maar is een groep bestaande uit vier Communication & Multimedia Design studenten: Justin Hundman, Bilal Hussain, Sinthujan Jeyakumar en Vin Mercelina. Drie van deze studenten (Justin, Bilal en Vin) hebben ook eerder aan een schoolproject gemaakt, eveneens met de naam Bekijk 't Maar. Nu zetten wij het bestaan voort met een nieuwe, betere aanwinst: Sinthujan. Wij zijn vooral bekend om onze doorzettingsvermogen en creativiteit.

Wij hopen met dit voorstel een positieve indruk bij De Financiële Coöperatie achter te laten.



2. Het concept

Het concept bestaat uit twee delen: offline en online.

2.1. Offline

Onder *offline* verstaan we alles wat fysiek te benaderen is. In ons geval: de bank, fotograaf, mascotte, flyer, laptops en de promotiedames. Het offline-gedeelte noemen wij ook wel de promotiedagen.

Wat gebeurt er offline?

De bedoeling is dat er bij locaties waarbij er veel mensen aanwezig zijn, een bank te plaatsen. De bank is een 'green screen' bank, waardoor de mensen op de bank zélf hun imaginatie kunnen gebruiken in hun stemming (dus in hoe 'serieus' of 'gek' zij willen doen). De bank wordt 'in het zonnetje gezet', waaromheen de fotograaf, mascotte en promotiedames staan. De mensen kunnen vervolgens foto op de bank maken. Deze kan door een medewerker met de laptop meteen op Instagram geplaatst worden. De mensen die op de foto's staan, krijgen een seintje waardoor zij de foto's kunnen delen en/of taggen.

Meer hierover in *hoofdstuk 3. Offline*.

2.2. Online

Onder *online* verstaan we alles wat op het internet/digitaal gebeurt. In ons geval: social media, de campagne website 'komdrbij.nl' en de officiële website van DFC.

Wat gebeurt er online?

Online kan er via Social Media verschillende activiteiten uitgevoerd worden. Elk 'kanaal' van de Social Media heeft een eigen richting/bedoeling (zie *hoofdstuk 3.3 Social Media*).

Meer hierover in *hoofdstuk 4. Online*.

3. Offline

Het offline-gedeelte bestaat uit: de bank, foto's/fotograaf, mascotte, flyer, laptops, promotiedames en medewerkers van DFC. Alle voorgenoemde onderdelen zullen nader toegelicht worden in de volgende subhoofdstukken.

3.1. Bank

De bank is een metafoor in onze campagne. De bank kan de geldbank zijn, maar ook een bank waar je op kunt zitten (zitbank). Wij willen dus de 'zitbank' als metafoor gebruiken. Voordeel hiervan is dat wij deze metafoor meerdere keren kunnen inzetten. Bijvoorbeeld: de *transparante* bank, de *simpele* bank, dan wel de *stabiele* bank. Zo kunnen wij, indien de campagne succesvol blijkt te zijn, meerdere varianten van deze metaforen op onze promotiedagen inzetten.

3.2. Foto's / fotograaf

Tijdens de promotiedagen worden er foto's gemaakt. De foto's worden gemaakt door een fotograaf. Vervolgens worden deze op Instagram geplaatst. Zie 3.5 *Laptop voor foto's uploaden, delen, taggen* voor meer gerelateerde uitleg.

3.3. 'Kom' de Bij (mascotte)

De bij is de mascotte. Waarom? De bij is immers degene die honing aflevert, dus de mascotte is enigszins gerelateerd aan de 'kern' van DFC. De bij heet overigens 'Kom' de Bij, wat een knipoog naar de campagne is: Kom D'r Bij.

Een bij kan er onvriendelijk uitzien, maar niet de DFC bij.

De DFC bij ziet er namelijk zo uit →



Figuur 1: De mascotte genaamd 'Kom' de Bij

3.4. Flyer

De flyers worden uitgedeeld bij de promotiedagen. De flyers zijn bedoeld om de gedachtegang, van DFC bij de mensen die de flyers ontvangen, te behouden.

De flyer heeft een voor- en achterkant. De voorkant van de flyer ziet er als volgt uit:



KOM D'R BIJ



De Financiële Coöperatie
Met Elkaar Goed Geregeld

Helder en simpel
*

Stabiel en bescheiden
*

Samen en medezeggenschap.
*

Maatschappelijk en verantwoord.
*

Duurzaam en lokaal.

Kijk voor meer informatie op WWW.KOMDRBIJ.NL

Figuur 2: Voorzijde flyer

De achterkant van de flyer ziet er als volgt uit:



De Financiële Coöperatie

Met Elkaar Goed Geregeld

De Financiële Coöperatie is een coöperatie die onderzoekt wat de mogelijkheden zijn om een nieuwe bank en een assuratiekantoor te kunnen oprichten in een coöperatieve vorm. De leden van de coöperatie zijn Nederlandse staatsburgers die verandering willen zien in de huidige financiële wereld. Zij komen bijeen gedurende de Algemene Vergadering. De coöperatie wordt bestuurd door de Raad van Bestuur (RvB) en geadviseerd door de Raad van Commissarissen (RvC).

AANMELDEN?

Dat kan! Ga naar **WWW.KOMDRBIJ.NL** of **WWW.DFC.COOP** en druk op meedoen, je kunt hier makkelijk een formulier invullen. Alleen zo kunnen wij samen met u ervoor zorgen dat *De Financiële Coöperatie er ook echt komt!*

SCANNEN MAAR!



U kunt ook met uw smartphone meedoen, scan de QR-Code en wij verwijzen u door naar het aanmeldformulier. Maar u kunt ook gewoon een kijkje nemen op: **WWW.KOMDRBIJ.NL** of **WWW.DFC.COOP**

VOLG ONS OOK OP:

-  facebook.com/komdrbij
-  twitter.com/komdrbij
-  instagram.com/komdrbij



Kijk voor meer informatie op WWW.KOMDRBIJ.NL

Figuur 3: Achterzijde flyer

3.5. Laptop voor foto's uploaden, delen, taggen

Eén laptop wordt gebruikt voor het uploaden, delen en taggen van foto's.

3.6. Laptop voor aanmelden

Er is één laptop beschikbaar voor direct aanmelden van de bezoekers. Indien het erg druk wordt, dan is er altijd nog een laptop als back-up aanwezig.

3.7. Promotiedames

De promotiedames worden ingezet om de flyers (zie 3.4 Flyer voor uitwerkingen van de flyer) uit te delen.



Figuur 4: De promotiedames

3.8. Medewerkers DFC

Als laatst zijn er uiteraard medewerkers van DFC aanwezig. Deze medewerkers zullen uitleggen waar DFC voor staat. Ook voor meer informatie en/of vragen, kunnen de mensen bij de medewerkers terecht.

3.9. Het totaalplaatje



4. Online

Het online gedeelte bestaat uit: campagne website (Kom D'r Bij), de website van DFC en Social Media. De voorgenoemde onderdelen worden in de volgende subhoofdstukken toegelicht.

4.1. Campagne website (Kom D'r Bij)

De campagne website is te benaderen via <http://eduweb.hhs.nl/~09054677/dfc-01/>

Uiteindelijk willen wij een aparte website voor de campagne hebben. Deze website zal www.komdrbij.nl gaan heten (is tevens beschikbaar!)

Een screenshot van de website is op de volgende pagina te zien.

Kom D'r Bij! Bij de transparantste bank van Nederland!

Het is tijd voor **verandering**, tijd voor **verbetering**. Het is tijd voor **een nieuwe bank!**

De Financiële Coöperatie is echter nog geen bank. Eerst brengen wij zoveel mogelijk leden bijeen om de financiële sector te laten zien dat het anders moet. Dan willen wij samen met onze leden een bank oprichten als aan alle (financiële) voorwaarden zijn voldaan. Om het risico zo laag mogelijk te houden vragen wij onze leden een bijdrage van maar €20,-.

- ▶ **Helder en simpel**
- ▶ **Stabiel en bescheiden**
- ▶ **Samen en medezeggenschap**
- ▶ **Maatschappelijk en verantwoord**
- ▶ **Duurzaam en lokaal**



Ho! Mijn naam is Kom de Bij en ik vind dat het tijd is voor verandering en verbetering. Tijd voor een nieuwe bank!



Doe mee!

Doe mee met de campagne! Op onderstaande data en locaties kun je De Financiële Coöperatie verwachten. Wij hebben de fotograaf, de bank, onze mascotte 'Kom' de Bij, en de laptops klaarstaan. We zien jullie snel!

DFC is op de volgende data en locaties aanwezig

Vrijdag 6 juni van 18:00 - 22:00 in Den Haag Centrum
Maandag 9 juni van 15:00 - 20:00 in Rotterdam Centrum
Dinsdag 10 juni van 15:00 - 20:00 in Amsterdam Centraal

Er zijn genoeg redenen om jouw en mijn bank te steunen.

Kom jij d'r bij?

Heb je vragen of wil je even een foto'tje laten maken? Kijk aan de linkerkant voor de data en locaties!



Kom D'r Bij!

De campagne is gestart! Vrijdag 6 juni hebben we in Den Haag de onderstaande foto's gemaakt. Zit jij er ook tussen? Deel het dan via Facebook en Instagram!



Deel je foto's via Facebook en Instagram!



Het gaat hard met DFC en bijblijven is toch wel handig. Wil je op de hoogte gehouden van onze ontwikkelingen? Volg ons dan op Social Media: Facebook, Instagram en Twitter!

Onderbouwing website

Kleuren

De kleuren die gebruikt zijn, zijn de officiële kleuren van DFC.

Paars	Geel/oranje
RGB: 46 41 108 HEX: 2e296c	RGB: 251 185 0 HEX: FBB900

Uitstraling

Uit onderzoek (interviews) is gebleken dat mensen tussen 18 – 35 jaar vaak behoefte hebben aan persoonlijke doch informele websites. Wij hebben getracht deze 2 kernwaarden aan de website te koppelen.

Daarnaast hebben wij geobserveerd dat campagnes ook vaak een mascotte hebben (zoals de leeuw bij ING) en tevens informeel zijn. Zulke campagnes zijn mede hierdoor heel succesvol. Dit zijn ook de redenen om de campagne én de uitstraling van de website gelijk te trekken onder de term 'informeel'.

Social Media gebruik

Uit onderzoek is gebleken dat mensen in Nederland zich steeds vaker op Social Media bevinden. Wij kunnen hieruit concluderen dat zij met de tijd ook behendiger worden met Social Media gebruik. Dit is de reden geweest om Facebook, Instagram en Twitter in te zetten voor onze campagne.

Modern

DFC is een bank voor en van de mensen. De mensen ontwikkelen zich en zijn continu op de hoogte van de laatste nieuwtjes. De mensen moderniseren alles om hen heen, ook henzelf. Voor ons is dit de reden geweest om een 'hippe' website te maken. De keuze is daarom gevallen op een zogeheten 'one page' website; een website die één pagina bevat, maar toch verschillende secties bevat.

4.2. Website (DFC)

De website van DFC, www.dfc.coop, wordt ín de website van de campagne vermeld. We willen dat DFC aan de website van de campagne gelinkt wordt, zodat niet de illusie ontstaat dat ze onafhankelijk zijn van elkaar.

De bezoekers van de campagne website kunnen zich aanmelden via een knopje die hen naar de DFC website leidt.



Doe mee!

Doe mee met de campagne! Op onderstaande data en locaties kun je De Financiële Coöperatie verwachten. Wij hebben de fotograaf, de bank, onze mascotte 'Korn' de Bij, en de laptops klaarstaan. We zien jullie snel!

DFC is op de volgende data en locaties aanwezig

Vrijdag 6 juni van 18:00 - 22:00 in Den Haag Centrum
Maandag 9 juni van 15:00 - 20:00 in Rotterdam Centrum
Dinsdag 10 juni van 15:00 - 20:00 in Amsterdam Centraal

Er zijn genoeg redenen om jouw en mijn bank te steunen.

Kom jij d'r bij? **Ja, ik kom d'r bij!**

Heb je vragen of wil je even een foto'tje laten maken? Kijk aan de linkerkant voor de data en locaties!

Figuur 6: Het knopje verwijst naar het aanmeldformulier op de DFC website

Ook in de footer wordt er verwezen naar de website van DFC.

© De Financiële Coöperatie 2014. De officiële website van De Financiële Coöperatie is www.dfc.coop

[Over DFC](#) | [FAQ](#) | [Contact](#)

Figuur 7: In de footer komen ook linkjes voor die naar de DFC website verwijzen

4.3. Social Media

Wij schakelen Social Media in om foto's, video's en actualiteiten met de mensen te delen. Immers, het is 'onze' bank waarbij delen van informatie voor transparantie zorgt.

De hash-tag voor Social Media is: #komdrbij.

Facebook

Facebook wordt gebruikt voor het plaatsen en delen van foto's; niet alleen foto's van de campagne, maar ook foto's van de bank zelf én de mensen achter de schermen/bank.

The image shows a screenshot of the Facebook page for 'De Financiële Coöperatie'. At the top, there is a navigation bar with the Facebook logo, the page name 'De Financiële Coöperatie', and search, home, and profile icons. The main content area features a large banner with the text 'KOM D'R BIJ' in a bold, blue, sans-serif font with a yellow outline. Below the banner is the profile picture, which consists of three horizontal bars (two blue, one yellow), and the name 'De Financiële Coöperatie'. To the right of the name are buttons for 'Liked', 'Follow', and 'Message'. Below the profile information, there is a post from March 28 with a small image and a 'Like' button showing 11,482 likes. On the right side of the page, there are several sponsored posts: 'WK 2014 Speel gratis mee!' with a 'Brazil 2014' logo, 'Apple iPhone 5C 16GB' with an image of the phone, and 'SPRINGBREAK @ club LUX' with an image of a woman. At the bottom of the page, there is a section for 'Invite Your Friends to Like This Page' with logos for 'ACKU', 'H/', and 'S&C TU Delft'.


Figuur 8: Facebook pagina van DFC - deel 1

De Financiële Coöperatie

De Financiële Coöperatie Timeline Recent

Write something on this Page...

De Financiële Coöperatie
March 28



De Financiële Coöperatie
Met elkaar Goed Weggaan

Like · Comment · Share 269 1

De Financiële Coöperatie
March 28

Invite Your Friends to Like This Page See All

Type a friend's name... Invite

- Aixa Terrero Invite
- Khan Abasin Invite
- Kevin Cooper Invite

Recent Posts by Others See All

- Marijn Vermaat De Essentie Voor Reiki**
Zojiust aangemeld. En betaald. Maar zit er wel beweging in ...
1 · January 21 at 8:34am
- Jan Wijnand Groenendaal**
Jan Wijnand posted a photo.
2 · November 30, 2013 at 11:35am
- Martin Bramwell**
Meer visie
1 · September 17, 2013 at 10:39pm
- Remco Doorn**
Hé, jullie zeggen op jullie website dat jullie o.a. jullie inspirati...
3 · September 11, 2013 at 1:01pm
- Geldgeweld**
Mensen die met geldgeweld te maken hebben zijn op zoek n...
September 11, 2013 at 11:29am


More Posts

Create Page

Recent
Founded


Sponsored Create Ad

WK 2014 Speel gratis mee!
Word jij de beste bondscoach? Speel GRATIS mee en win mooie prijzen!



Apple iPhone 5C 16GB
studentmobiel.nl
Bestel nu de Apple iPhone 5C 16GB met abonnement bij Studentmobiel.nl voor €32.00 p/m
1,340 people like this

Mobiel zoals het hoort!
ziggo.nl
Ziggo Mobiel: altijd betalen per seconde. 300 min/sms + 1GB data vanaf €15,- p/mnd!



Ron van den Bos likes this

Figuur 9: Facebook pagina van DFC - deel 2

Instagram

Via Instagram worden foto's en video's geplaatst. Instagram is dé plek waar álle foto's en video's van DFC geposteed staan. Facebook deelt de foto's en video's via Instagram.

Figuur 11: Instagram van DFC - deel 1 – de cover photo en display photo



Figuur 10: Instagram van DFC - deel 2 - delen, hashtag gebruik, reacties op een afbeelding (via promotiedag)



Figuur 12: Instagram van DFC - deel 3 – de foto's sectie

Twitter

Alle berichtgevingen omtrent DFC en overige gerelateerde banken worden via Twitter bekendgemaakt. Op Twitter zie je 1 á 2 zinnen (doorgaans de titel) die de kop van het nieuwsartikel vormen. Vervolgens wordt er een short url (verkorte link) geplaatst naar de artikel op de DFC website.

The image shows the Twitter profile of De Financiële Coöperatie (@DFC). The profile header includes a large banner with the text 'KOM D'R BIJ' in blue and yellow. Below the banner, the profile name and handle are displayed, along with the number of followers (4242) and a 'Profiel bewerken' button. The bio reads: 'De Financiële Coöperatie wil samen met jou een nieuwe bank mogelijk maken!'. Two tweets are visible: one from May 26th asking to join a focus group, and another from the same date with a 'KOM D'R BIJ' image. The right sidebar shows a 'Wie te volgen' section with accounts like Royal Dutch Airlines, Djordy, and MHP.

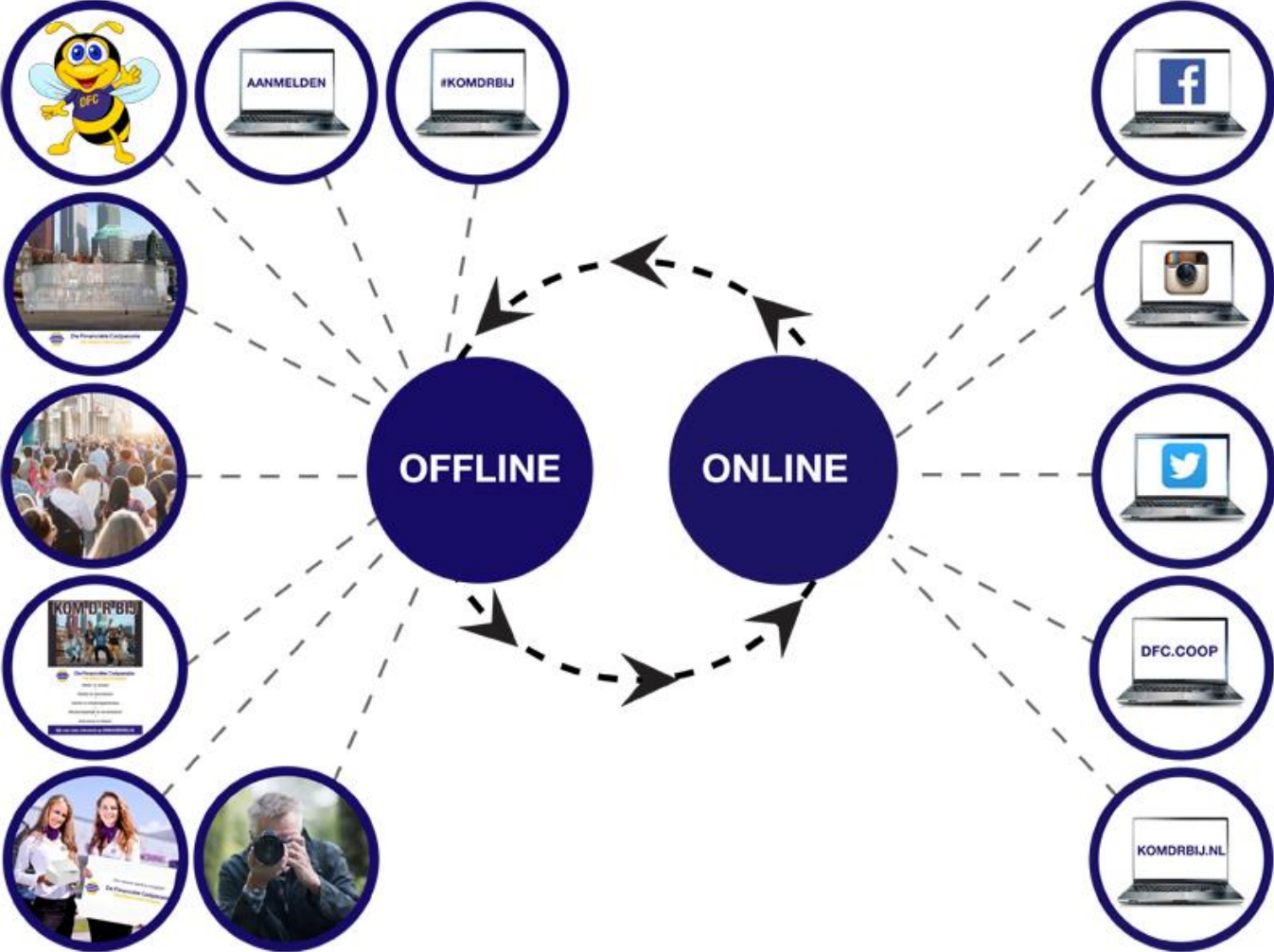
Figuur 13: Twitter van DFC - cover photo, display photo en 2 tweets, waarvan 1 nieuwsbericht en 1 gedeelde promotiedag foto

4.5. Het totaalplaatje



5. Offline + Online

Het totaalplaatje van zowel Offline en Online ziet er als volgt uit:



5.1. Verschillende scenario's

- Offline kan naar Online verwijzen, maar dit hoeft niet per se zo te gaan.
 - Via de flyer kunnen de mensen de website bezoeken
 - Via mond-tot-mond reclame kunnen de mensen de website bezoeken
 - Via informatie van de DFC werknemer kunnen de mensen de website bezoeken
- Online kan naar Offline verwijzen, maar dit hoeft niet per se zo te gaan.
 - Via Social Media (Facebook, Instagram, Twitter) kunnen de mensen de promotiedagen bezoeken
 - Via de campagne website (komdrbij.nl) kunnen de mensen de promotiedagen bezoeken
 - Via de DFC website (www.dfc.coop) kunnen de mensen de promotiedagen bezoeken
- Offline kunnen leden geworven worden.
- Online kunnen leden geworven worden.