

Jongerencommunicatie

14u30 - 15u30



Wat mag je van deze sessie verwachten?

1/ Jihad Van Puymbroek - Strategies & Leaders

2/ Katelijne Morreel - publiq



publiq

Forum 2022

The background is a solid teal color. Scattered across the background are ten white eye icons, each with a dark grey pupil. The eyes are positioned at various points: top-left, top-center, top-right, middle-left, middle-right, bottom-left, bottom-center, and bottom-right.

Aan de slag met
UiTselectors


testen testen
testen ..

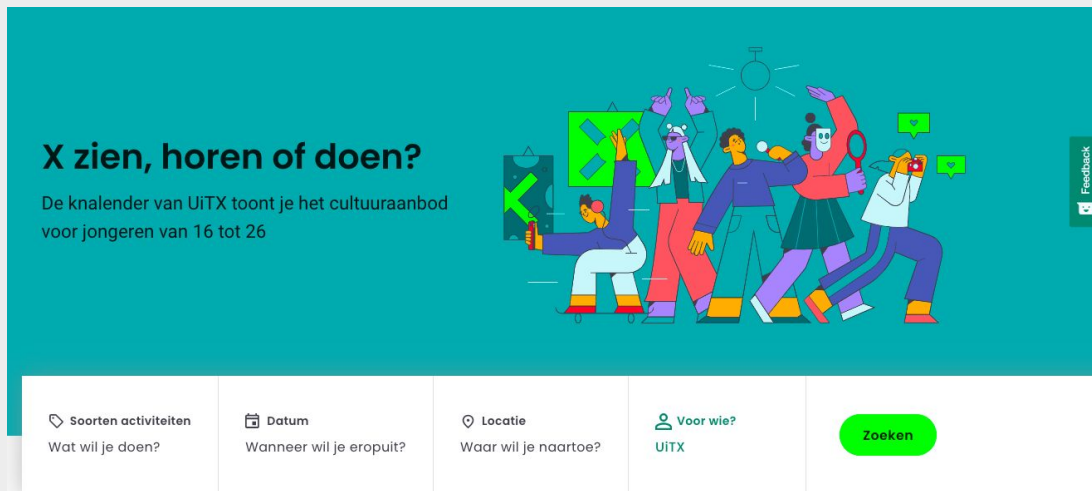
meer jongeren nemen
vaker deel aan cultuur



UiTX, met de power van UiTinVlaanderen

 Moedermerk **UiTinVlaanderen**

 Jongerenlabel **UiTX** = gecureerde kalender met focus op cultuur



X zien, horen of doen?
De kalender van UiTX toont je het cultuuraanbod voor jongeren van 16 tot 26

Feedback

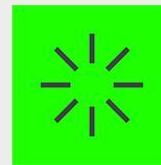
Soorten activiteiten
Wat wil je doen?

Datum
Wanneer wil je eropuit?

Locatie
Waar wil je naartoe?

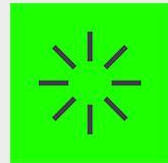
Voor wie?
UiTX

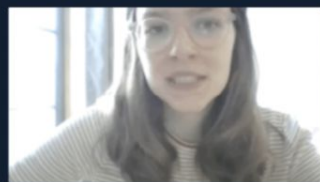
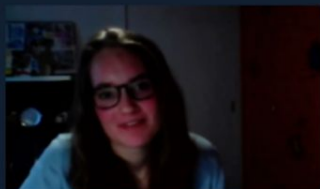
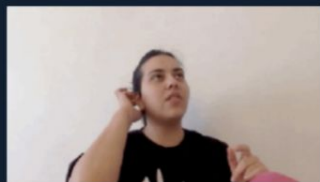
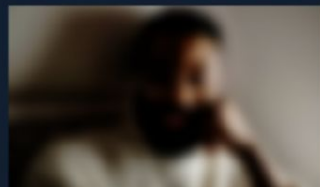
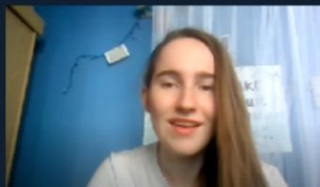
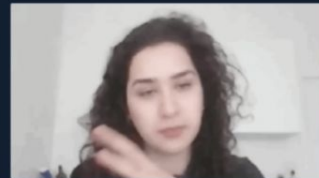
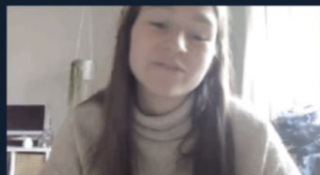
Zoeken



De missie van UiTX

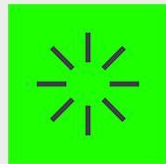
Met UiTX willen we **16- tot 26-jarigen** inspireren om **nieuwe ervaringen** op te doen binnen het **cultuuraanbod buitenshuis**.





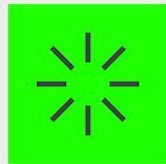
Jongeren nemen deel aan cultuur
vanuit een **sociale motivatie**,
eerder dan een culturele.

Cultuur kan een middel zijn
tot het uitdrukken van hun identiteit,
of het beleven van een sociale activiteit.



Het **sociale risico** waaraan ze
zichzelf en hun peers blootstellen
is een **belangrijke drempel** tot deelname.

- Als initiatiefnemer voel je de kans op afwijzing door vrienden
- Als deelnemer voel je de kans op afwijzing vanuit de culturele omgeving



Overtuigen dankzij **vertrouwen** en **voorbeeldgedrag**



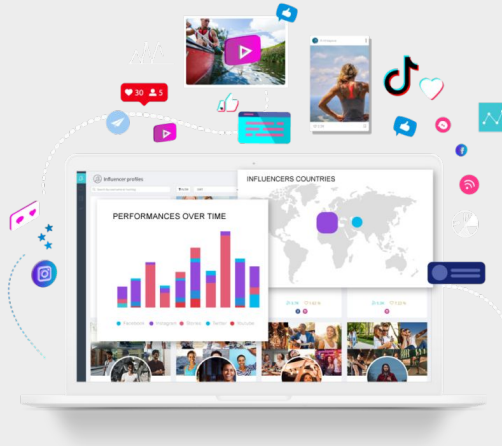


STAP 1: Juiste influencers vinden



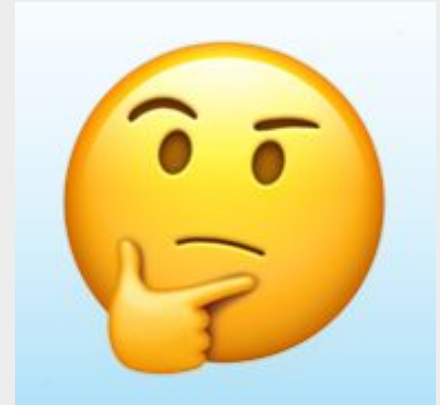
creative / influencer agencies

Full-on campagne



influencer platforms

Licentiekost + commissie



zelf?

Tijd & leergeld

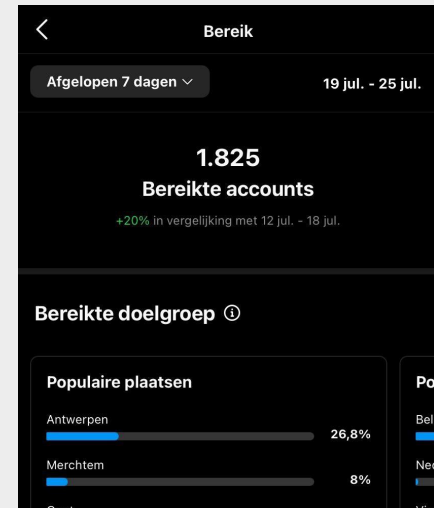


Yes you can.. 3 tips!

- Database aanleggen obv **relevante parameters**
(doel = representatief voor doelgroep want vertrouwen!)

	Contact			Instagram					Persoon			Bezigheid		Link met cultuur?		
Naam	E-mail	Telefoon	Postcode woonplaats	Profiel	# volgers	Soort influencer	Av likes	Av comments	Leeftijd	Gender	Etnisch-cultureel divers?	Student?	Interesses	Deelnemer	Maker	Andere / geen

- **Doelgroepstatistieken** opvragen
 - Geografisch
 - Leeftijd
 - Gender
- **Open call** via social media!
 - Authentieke motivatie
 - Vooral nano- en micro-influencers





STAP 2: Praktische afspraken maken

- Niveau van **professionaliteit** verschilt, niet recht evenredig met grootte van influencer (nano-micro-macro)
- **Briefing** is essentieel! Gefaseerd info geven & via nauw contact opvolgen (soms weekend).
 - Engageer ze voor je missie!
 - Duidelijk doel, ondersteund met best-practices
 - Call-to-actions (!)
 - Welke metrics, wanneer opleveren?
- **Betaling** afhankelijk van oplevering volgens contract (liefst via vlot betalingsproces)

Essentieel: 1 contactpersoon, die relatie uitbouwt met influencers!



Influencerplatform om samenwerkingen te schalen?

- Zoekmodule is interessant! Soms ook buiten eigen database zoekbaar. Veel micro, sommige macro.
- Rechtstreekse betaling is groot voordeel!
 - Pas betaling na oplevering content & metrics
 - meer controle over nakomen afspraken
- Metrics beperkt
 - Vooral reach
 - Engagement metrics beperkt (geen shares, comments)
 - Conversie vaak aparte tool nodig (UTM link)
- Manueel invoerwerk voor influencer
- 1 standaardflow voor samenwerking (rigide)

Conclusie: Tijdswinst bij zoeken & betalen van 8 influencers > dure licentiekost



STAP 3: Testen en meten!

- **Wat wil je bereiken?** (awareness of conversie)
- Hoe ga je dat **meten**?
- Waarmee **vergelijk** je? (succes = ..)

We testen met UiTX enkele **hypotheses** rond:

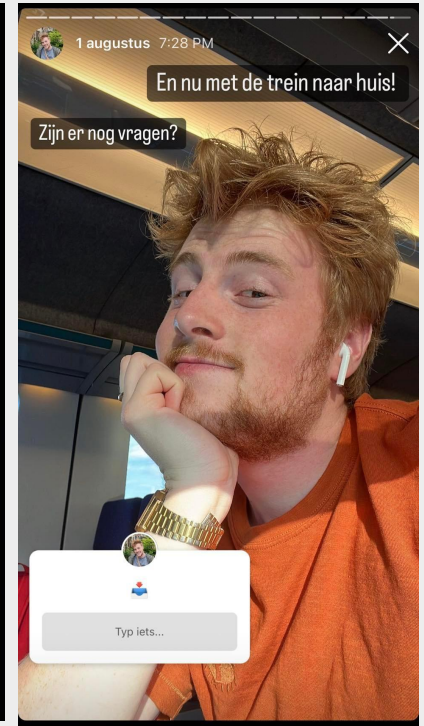
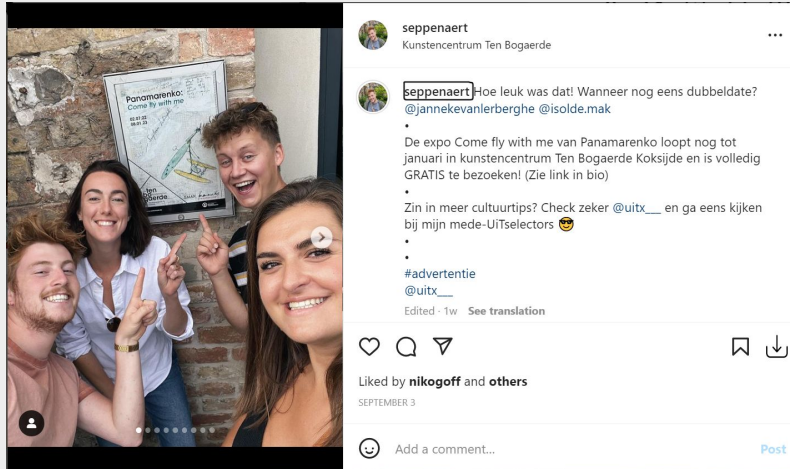
- reposten van content van UiTselectors op eigen UiTX insta?
- welke content werkt het best?
- wanneer tips (op voorhand, op events zelf?)
- clicks @UiTX, @UiTinVlaanderen, @artiest, @locatie,...?
- toeleiden naar wedstrijden?
- samen met vrienden naar cultuuractiviteit?
- ...



GESLAAGD VOORBEELD

Waarom was dit een succes?

- Enthousiasme & beleving!
- Authenticiteit
- Duidelijke info





MINDER GESLAAGD VOORBEELD

Waarom was dit **geen** succes?

- Afstandelijk perspectief, minder voeling met beleving zoals volger die zou ervaren (mag meer DIY)
- Onduidelijke call-to-actions

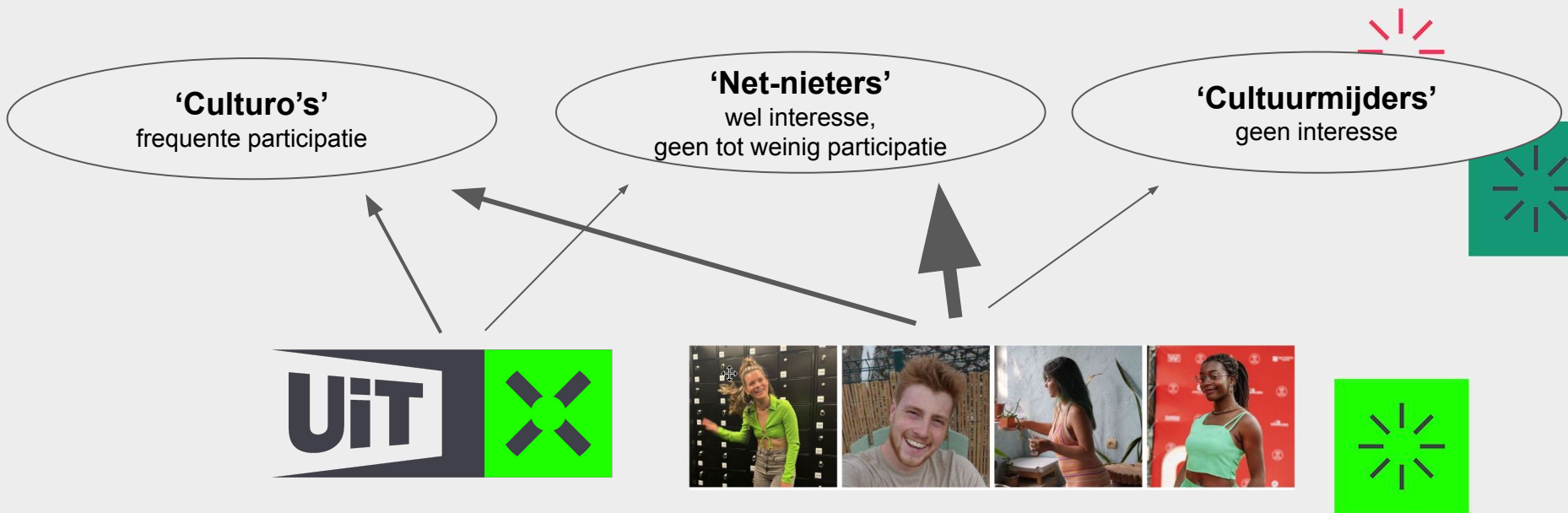


The background is a solid teal color. Scattered across the background are ten white, stylized eyes with black pupils, looking in various directions. A bright green rectangular box is tilted in the center, containing the text.

Waar **wij** mee verder
gaan..

1/ Permanente influencerwerking

- Bereiken mensen die we zelf nooit zouden bereiken!
- Meer reach dan wanneer we zelf communiceren



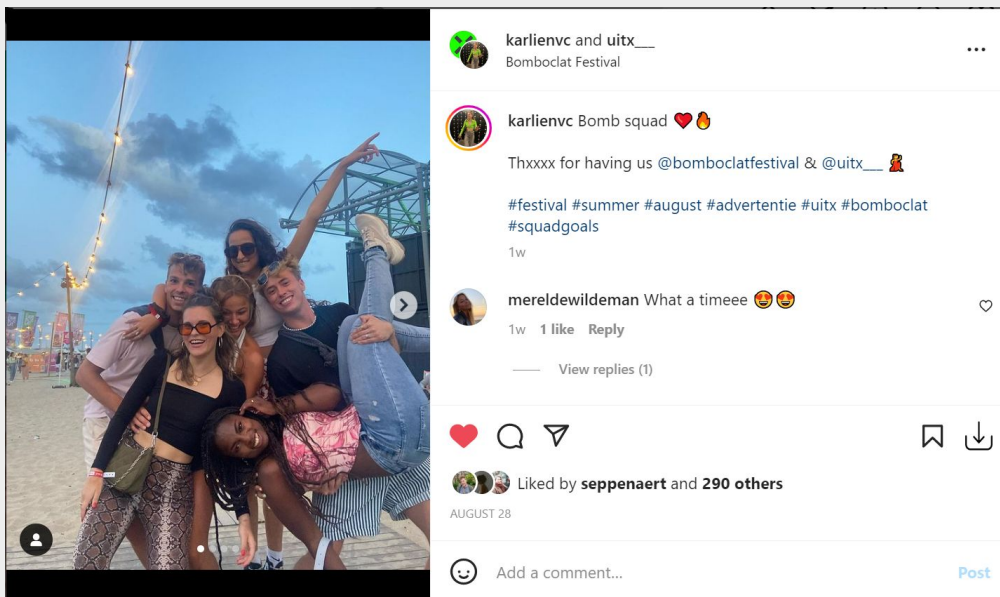
Geselecteerd op ROI

- Geen eenduidig 'beste type influencer'
- Van vrijwilligersvergoeding tot 2000€ / activiteit
- Focus op **bereik** of **conversie**?

	<i>nano</i>	<i>nano</i>	<i>micro</i>	<i>micro</i>	<i>micro</i>	<i>macro</i>	<i>macro</i>	<i>macro</i>
Kost per Potentieel bereik (aantal volgers)	€ 0,08	€ 0,01	€ 0,13	€ 0,25	€ 0,13	€ 0,14	€ 0,10	€ 0,06
Kost per View (reached)	€ 0,03	€ 0,00	€ 0,03	€ 0,12	€ 0,20	€ 0,05	€ 0,05	€ 0,03
Kost per interactie	€ 0,71	€ 0,07	€ 0,27	€ 2,90	€ 13,39	€ 0,48	€ 0,58	€ 0,40
Kost per sessie op UiV	€ 6,42	€ 0,39	€ 1,97	€ 17,04	€ 15,21	€ 4,15	€ 3,50	€ 2,50
Kost per conversie (deelname of NSM)	€ 192,56	€ 1,62	€ 12,05	€ 43,12	€ 83,67	€ 5,00	€ 5,00	€ 5,00

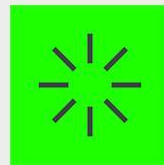
Helaas, de gouden formule hebben we nog niet gevonden...

Met content op hun eigen kanaal



Authenticiteit is groter, dus overtuigingskracht ook.

Collaborative post:
→ reach van beide volgers
tegelijk + gedeelde statistieken + eventueel boosting

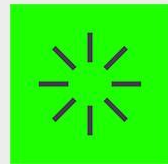


2/ Verder testen



Nieuwe formats en kanalen: Instagram niet ideaal voor ons

- Verdere experimenten op TikTok - kennis opbouwen!
- Uittesten van andere formats en nieuwe influencers
- Tip: volg **@uitx___** op Instagram en TikTok :-)



3/ Naar een productpropositie voor jongeren

Onze experimenten leerden ons dat we **NIET UITSLUITEND** mogen leunen op **influencers**:

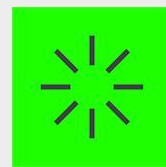
- vergankelijke content: steeds opnieuw investeren
- geen 1-1 relatie met UiTX: telkens opnieuw opbouwen

WEL hun kracht aanwenden voor toeleiding

MAAR meerwaarde leveren vanop onze eigen kanalen

Verder onderzoeken:

- werkbaar duurzaam financieel model
- sterke afhankelijkheid van aantrekkelijk cultuuraanbod voor jongeren



Bedankt!

- **publiq.be** is the place to be!
 - presentaties beschikbaar
 - praktijkvoorbeelden [Contact Manchester](#), [Het Bos](#), [Zo gebruiken jongeren hun UiTPAS](#),...
 - artikels [Gateway cultuur voor jongeren](#), [Wanted: de jeugd van tegenwoordig](#), [Expeditie jong. divers publiek](#) en nog veel meer...
- vul zeker de **evaluatie** in
- **studiedag jongeren en cultuurparticipatie** -> voorjaar 2023: uitnodiging volgt!

Nog vragen?

Katelijne.Morreel@publiq.be

Eva.Willemen@publiq.be

Jihad.vanpuymbroeck@strategiesandleaders.com