

Marketing- & communicatiestrategie GOW-Proeftuinen





Inhoudsopgave

Marketing- & communicatiestrategie.....	3
1. Doelgroepen.....	3
2. Doelstellingen.....	3
3. Uitvoering.....	3
3.1 Communicatiemiddelen.....	3
3.2. Planning.....	4



Marketing- & communicatiestrategie

Hieronder zal op basis van verschillende onderdelen de marketing en communicatiestrategie worden beschreven voor de GOW-Proeftuinen.

1. Doelgroepen

De doelgroep die we met onze marketing en communicatie willen bereiken is vrij breed. Hieronder vallen onder andere het MKB, de stakeholders uit de wijken en de proeftuinen, werknemers binnen Van Wijnen en het netwerk van VCF, BuildinG en Cirkelstad.

Alle betrokkenen worden op een andere manier bereikt.

2. Doelstellingen

Uit het projectplan zijn activiteiten voortgekomen, die vallen onder het werkpakket Verbinding en Integratie. De activiteiten zijn als volgt beschreven:

- 3.1: Marketing(communicatie) van de proeftuin
- 3.2: Toegevoegde waarde circulariteit uitdragen

Het doel van de marketingcommunicatie is om de proeftuinen te positioneren. Onderdeel hiervan is het vergroten van de zichtbaarheid van onze circulaire initiatieven en het communiceren over de toegevoegde waarde hiervan.

3. Uitvoering

Onder de uitvoering vallen de communicatiemiddelen die ingezet worden, de planning en het bijbehorende budget.

3.1 Communicatiemiddelen

Hieronder zullen de benodigde communicatiemiddelen worden toegelicht.

Interne communicatie

- *Mail*. Naar alle vestigingen van Van Wijnen zal aan het begin van het project per mail gecommuniceerd worden over de GOW-Proeftuinen. Via deze mail worden ze geïnformeerd over het project.
- *Nieuwsbrief*. Er zal een nieuwsbrief opgestart worden door VCF, die periodiek naar alle communityleden wordt gestuurd. Dit zijn alle deelnemende en betrokken partijen bij de GOW! Proeftuin. Op die manier blijft iedereen up-to-date wat betreft de vorderingen van het project.

Externe communicatie

- *Netwerken externe partijen*. De netwerken van VCF, BuildinG, en Cirkelstad zullen worden ingeschakeld om te informeren over de GOW-Proeftuinen.

- *Website.* Er zal een website opgestart worden waar geïnteresseerden informatie kunnen vinden over het project, de wijken, betrokken partijen en verslaglegging van diverse activiteiten.
- *Social media.* De sociale media kanalen van de projectleider en VCF (voornamelijk LinkedIn) worden ingezet om informatie te delen en updates te geven over de vorderingen omtrent de GOW-proeftuinen.
- *Bijeenkomsten.* Er zullen verschillende fysieke en online bijeenkomsten gehouden worden voor het MKB en stakeholders om kennis te delen en meer bekendheid te genereren voor de GOW-Proeftuinen.
- *Circulaire banner.* Om aandacht te vragen voor de GOW-proeftuinen wordt voor bij de experience centres een circulaire banner gemaakt. Deze banner moet gerecycled kunnen worden.
- *Expertisecentrum.* Er wordt in de gemeente Emmen en Heerenveen een expertisecentrum opgezet, waarin interactieve sessies kunnen plaatsvinden tussen het MKB en stakeholders in de wijk.

3.2. Planning

Zoals in het projectplan beschreven, wordt verwacht dat alle middelen conform planning worden uitgevoerd. Dit betekent gerealiseerd voor het einde van het project: 30-06-2023.

Communicatiemiddel	Datum
Mail netwerk van Wijnen	Start project (2021)
Nieuwsbrief	Periodiek
Netwerken	Start project (2021)
Website	2022 - 2023
Social media	2021 - 2023
Bijeenkomsten	<i>GOW! Community bijeenkomsten</i> November 2021 Januari 2022 April 2022 Mei 2022 Juli 2022 <i>Webinars:</i> Februari 2023 Maart 2023 April 2023 Mei 2023 Juni 2023



Circulaire banner	2022
Expertise sessie	2023

3.3. Budget

Voor bovenstaande middelen is een budget beschikbaar van €130.000.