



## OPZET MARKETINGPLAN 2020

GLOW zal niet plaatsvinden in de vorm van een route. De corona crisis dwingt ons tot een andere vorm waarbij we geen drukte willen creëren rondom lichtkunstwerken tijdens het festival. GLOW wil echter wel de bezoekers van voorgaande edities verbinden en een statement maken. Juist in deze tijd is GLOW de gemene deler die inwoners, regio, partners en stakeholders met elkaar kan verbinden. Als blijk van dank voor inmiddels 15 edities, als kers op de taart. We laten zien dat Eindhoven het verschil maakt in lichtkunst ook in een sobere tijd.

Waarom GLOW Eindhoven, ook in deze tijd?

- Verbinding met ondernemers uit de Eindhoven Brainport regio, inwoners, partners
- Het zet Eindhoven op de kaart
- Economische impuls en stimulans van Eindhoven en regio

Welke USP zetten we in het voetlicht?

- Uniek lichtkunstwerk, 'van eigen bodem'
- Verbintenis met het DNA van de stad
- De stad maakt GLOW
- GLOW verrast en verbindt
- 'Eindhoven, the place on earth to explore light art in public space'

### BRAND STORY – GLOW 2020

Light is life!

Het jaar 2020 was een wake-up call. We realiseren ons nu nog intenser hoe belangrijk persoonlijke relaties, interactie en menselijke connecties zijn. De mens heeft dit sociale netwerk van contacten nodig. Het geroezemoes, de vreugde, de gemeenschap, degenen van wie we houden om ons heen. Dichtbij of ver weg. Zichtbaar of uit het zicht. In de natuur of in de stad. Ruimtelijk of in besloten kring. Wij vertalen dat als licht dat iedereen nodig heeft. Want licht is leven!

Het is belangrijk om te onthouden dat je niet alleen bent. Om te onthouden dat er altijd anderen zijn. In het gebouw waarin je werkt, in de straat, in je stad of dorp. In het land en in onze wereld. Verscheidenheid verbindt. Deze boodschap willen we delen. Hier in Eindhoven, Nederland. In de lichtstad die al vijftien jaar, iedere editie niet voor niets miljoenen bezoekers verbindt via het internationaal geprezen lichtfestival GLOW. Echter is een GLOW-festival zoals je dat gewend bent, dit jaar onmogelijk.

### Connecting the Dots

Maar vergeet dat even. We draaien het dit jaar om, zodat we iets onvergetelijks creëren. Een eenmalig, magisch moment dat de 'licht is leven' -geest van het festival gebruikt voor een speciale editie. Eén kunstwerk voor de mensen en de stad Eindhoven. Voor de wereld. GLOW 2020 is een editie waarin we iedereen bedanken voor vijftien fantastische jaren. Daarnaast zeggen we graag toe dat er nog vele jaren GLOW bijkomen. We geven iedereen een kunstwerk dat naar mensen toe komt en hen verbindt zonder dat iemand daarvoor de deur uit hoeft. We noemen het Connecting the Dots.



## MARCOM FASES

In de aanloop richten we ons op het creëren van een buzz en verbinding middels een online en offline teaser campagne. De marketing en communicatie in deze voorbereidende fase richt zich niet op een massale beweging naar de stad, maar op betrokkenheid en samenhang. Een verwachtingsvol gevoel naar dat ene moment dat je wilt meemaken, waar je deelgenoot van wilt zijn en wilt delen. We tellen af naar een moment waarop we gezamenlijk dat wow- en trotse gevoel maken én ervaren in tijden van tegenslag en beperking.

Niet alleen moet GLOW blijven leven onder haar doelgroepen, we willen na afloop onze trots delen. Om de waarde propositie kracht bij te zetten dat Eindhoven en de Brainport regio de creatieve hub is en blijft. Door groots uit te pakken, een statement te maken en dit met de wereld te delen.

Connecting the Dots bestaat uit drie onderdelen:

- 1000 rode ballonnen (dots)
- Blauwe hemel
- 20.000 zelfgemaakte dots (Jij maakt GLOW)

## DOELGROEPEN

GLOW is voor iedereen. Iedereen is een kunstkenner.

- Bestaande fans (inwoners, regionaal en nationaal)
- Regionale, Nationale & Internationale pers
- Sponsors & Partners
- Overige Stakeholders
- Deelnemende en potentiële (licht)kunstenaars

## MARKETINGINSTRUMENTEN

### Website

De website [www.gloweindhoven.nl](http://www.gloweindhoven.nl) is uitgangspunt voor de communicatiemiddelen. Zowel internationaal als nationaal. Website onthult steeds nieuwe informatie naarmate hét GLOWmoment 2020 nadert -> onder andere met het gebruik van een aangepaste homepage in de vorm van afwisselende teasers.

### Nieuwsbrieven

- Mensen via de website/social media aanmoedigen in te schrijven voor de nieuwsbrief om als eerste op de hoogte te zijn van GLOW 2020. Voornamelijk gericht op publiek.

Onderwerpen nieuwsbrieven:

- Onthulling van meer informatie hét GLOWmoment 2020 toe: Connecting te Dots
- Activatie Jij maakt GLOW
- Aankondiging livestream
- Terugblik

- Nieuwsbrieven voor partners en sponsors met updates over voorbereiding en voortgang. Aanvullend met informatie/beeldmateriaal voor eigen gebruik.



### **Livestream**

Deze editie van GLOW draait om het thuis beleven. Om geen bezoekers naar de stad aan te trekken zal de start van Connecting the Dots, het moment dat alle lichten aangaan, worden uitgezonden via livestream.

Aankondiging livestream via website, social media, nieuwsbrieven en persberichten. De livestream is te zien op de volgende kanalen:

- Studio 040 televisiezender
- Facebook GLOW en Studio 040
- Website GLOW
- YouTube Studio 040

### **Film/Foto**

- Teasers in aanloop naar GLOW 2020 -> diverse varianten
- Stay Connected
- Connecting the Dots
- Jij maakt GLOW
- Instructiefilmpjes jij maakt GLOW -> NL/EN
- Making of GLOW 2020
- Ultieme verslaglegging van hét GLOWmoment van dit jaar. Beelden van stad & regio, mensen, initiatieven, saamhorigheid, verbinding, Brainport regio als creatieve hub in tijden van tegenslag en beperking. Wordt ingezet op social media, gedeeld met pers, PR, website, schermen, city beacons. Allen zo spoedig mogelijk nadat het GLOWmoment heeft plaatsgevonden.

### *Extra inzet fotografen*

Omdat Connecting the Dots over een kortere periode plaatsvindt, worden extra fotografen ingezet om zo zeker te zijn van volledige vastlegging van het project.

### *Social Media*

Social proof (branded) content

- Activatie Jij maakt GLOW
- Inzet op video content – film/teasers/live stream
- Social wall -> ingebouwd op website. Weergeeft in een overzicht alle posts + foto's die over GLOW .

### *Inzet van een social media marketeer*

De inzet van een social media marketeer heeft in 2019 al mooie stappen opgeleverd op social media gebied. Juist voor aankomende editie zijn vervolgstappen op dit gebied noodzakelijk. Om verbinding, betrokkenheid in de community te houden. In 2020 ligt de focus daarom op:

### *Community Management*

Investeren in community management en zorgen voor ownership. Dit is met name belangrijk tijdens GLOW, maar ook in de week vooraf en de week erna. Vragen beantwoorden is één (en tevens de minimum vereiste), maar door ook pro-actief de posts van je doelgroep te liken en hierop te reageren vergroot je je bereik onder niet-volgers. Ook de interactie aangaan met mensen die (positief) op posts reageren om het engagement te verhogen en berichten relevanter te maken voor het Facebook algoritme.



### **Buitenreclame**

- Digitale schermen in Eindhoven
- LED schermen invalswegen
- Citybeacons
- Digitale intownboards
- The Tower (BLOWUP)
- Scherm Neckerspoel (busstation) + Brandstore + Markt
- Banners Witte Dame

Teaser campagne op schermen in het centrum van Eindhoven. Teaser campagne op 20 city beacons in het centrum. Na afloop de film op The Tower van BLOWUP. NB. Dit jaar geen marketingactiviteiten om publiek van buitenaf naar Eindhoven te trekken zoals Spoordeelwinkelactie van de NS.

### **Pers & PR**

- Inzet PR medewerker nationaal
- Inzet PR medewerker internationaal
- Persberichten – tweetalig
- GLOW Instawalk met content creators i.s.m. EHV365
- Bedankpagina in Eindhovens Dagblad

#### *Pers ontvangsten*

Pers en content creators uitnodigen op unieke plek voor verslaglegging van uniek lichtkunstwerk boven/in Eindhoven. Persontvangst wordt tevens vertaald naar het Engels, zo ook de documentatie. Nauwe samenwerking met Studio 040 en het betrekken van Omroep Brabant en Eindhovens dagblad in aanloop naar het GLOWmoment wat dan nog geheim is voor publiek.

#### *Persberichten/inzet PR medewerkers*

De pers wordt benaderd middels persberichten en waar mogelijk persoonlijk aangeschreven en benaderd door de inzet van PR medewerkers. Aangepaste persberichten met diverse invalshoeken, om zo aan de sluiten op verschillende pers. De website heeft een persomgeving waar persberichten en HR afbeeldingen kunnen worden gedownload en waar journalisten zich kunnen aanmelden voor persontvangsten. Alle persberichten worden zowel in NL als EN verstuurd.

### **MARKETINGSTRATEGIE PER DOELGROEP**

Marketingstrategie Publiek -> buzz creëren, verwachtingen waarmaken, betrokkenheid behouden/vergroten via communicatiemiddelen. Maar let op: alles gericht op het feit dat er iets staat te gebeuren, maar niet wat en wanneer om zo grote bezoekersstroom te voorkomen:

1. Social Media – teaser campagne
2. Out of Home media
3. Website – teaser homepage > langzaam informatie onthullen
4. Online marketing – advertising
5. Nieuwsbrief



Marketingstrategie Pers -> informeren USP's, naamsbekendheid en betrokkenheid vergroten m.b.t. GLOW en Eindhoven via communicatiemiddelen:

1. Persberichten in NL en ENG
2. Gerichte persbenadering (perskit)
3. Website -> inrichting perspagina
4. Persactivatie in samenwerking met sponsors & partners

Marketingstrategie Sponsors & Partners -> betrokkenheid vergroten, samenwerkingsverbanden intensiveren, aansporen om GLOW te activeren in eigen netwerk via communicatiemiddelen:

1. Nieuwsbrieven over voorbereidingen en processen
2. Het aanleveren van beeld/tekst die gebruikt mag worden
3. Website
4. Social Media
5. Afstemming gezamenlijke marcom activiteiten

Marketingstrategie overige Stakeholders -> naamsbekendheid en betrokkenheid vergroten, aansporen om GLOW te activeren in eigen netwerk via communicatiemiddelen:

1. Nieuwsbrieven over voorbereidingen en voortgang
2. Social Media

Marketingstrategie Jij maakt GLOW -> Een groot activatieproject zal plaatsvinden onder 20.000 kinderen van basisscholen in Eindhoven. Zij krijgen een dot met licht die ze zelf in elkaar moeten zetten en van een eigen identiteit mogen voorzien. Deze worden gemaakt met behulp van ouders, opa's, oma's, vrienden. Niet alleen de kinderen, maar dus ook inwoners van Eindhoven of zelfs mensen in heel Nederland of de wereld mogen helpen. Er zijn daarvoor instructiefilmpjes en bouwpakketten beschikbaar. Alle dots worden op de vooravond van Connecting the Dots op het raam geplakt. Deze dots samen vormen 20.000 dots. De communicatiemiddelen:

1. Uitnodiging scholen (60 scholen) inclusief bouwpakket/workshops
2. Aparte website/pagina voor dit project -> Jij maakt GLOW
3. Teaser filmpje -> op website, socials en YouTube
4. Instructiefilmpje -> op website, socials en YouTube
5. Uitnodiging partners en stakeholders deel te nemen
6. Uitnodiging verbindende scholen local en global deel te nemen
7. Social media activatie
8. Aandacht aan besteden in nieuwsbrieven voor zowel publiek, als partners/stakeholders