

Omgevingsanalyse en Marktstrategie van Crafted

Omgevingsanalyse

Middels deze omgevingsanalyse hebben wij in kaart gebracht welke partijen deel uitmaken van de omgeving van Crafted. Dankzij deze analyse weten wij in hoeverre het project reeds gedragen wordt en welke weerstanden er zijn vanuit de betrokken partijen.

Crafted is voor het onderwijs best ingrijpend, zowel in de voorbereiding als in de uitvoering. Alle partijen die erbij betrokken zijn, bepalen het succes. Is het beeld dat onze interne en externe stakeholders van Crafted hebben voldoende compleet om beleid en communicatie(strategie) op te baseren? En hoe kan dat beter?

Om dit te onderzoeken hebben we in 2020/2021 met het innovatiebureau Six Fingers uit Eindhoven onderzoek gedaan **naar een breed gedragen toekomstvisie voor Crafted**.

Dankzij dit onderzoek wordt duidelijk welke partijen, belangen, en eventuele raakvlakken er in de omgeving aanwezig zijn om zodoende deze omgeving zo goed mogelijk mee te nemen in de aanloop, voorbereiding en realisatie van het Crafted. We hebben getracht 'de buitenwereld zo goed mogelijk naar binnen te halen', met focusgroepen studenten, docenten en bedrijven.

Onderzocht is wat het festival niet is (een verlenging van een open dag bv) en vooral wat het festival wél is.

Dit heeft tot de volgende hoofdzichten geleid:

1. De creatieve opleidingen: van, voor en door de student

Crafted is opleiding overstijgend; opleidingen werken samen aan verschillende (afstudeer) projecten. Al deze opleidingen hebben Crafted als project based learning in hun curriculum opgenomen. Van individueel werken aan een examenproject gaan studenten samenwerken naar een omvangrijk school overstijgend evenement wat voor het publiek toegankelijk is.

De kennis die studenten opdoen wordt direct toegepast in de authentieke beroepscontext.

Ambassadeurs van nationale faam, zoals Bas Kusters, Hidde de Brabander, Dick Middelweerd, Luuk Visser, David Laport en Mark Reeder zijn betrokken. Zij werken daadwerkelijk dagen, soms maanden met de studenten samen. Als opinion leaders dragen zij bij aan de hoge kwaliteit van de producten van de studenten.

Studenten staan aan het roer, begeleiding en experts faciliteren. De organisatie zorgt er voor dat aan de achterkant alles geregeld is, zodat de creatieve student zich volledig op zijn werk kan focussen. Zij laten vol trots en met veel enthousiasme de bezoekers het beste zien wat ze te bieden hebben. Ook studenten van opleidingen zoals Facilitair, Transport & Logistiek, Marketing & Communicatie en Beveiliging leveren een cruciale bijdrage in de organisatie en uitvoering van dit festival. Crafted is uniek in Nederland, met kwaliteit en originaliteit zet Summa zich op de kaart. Door het niveau van het vakmanschap op Crafted ontstaat een WOWeffect bij de bezoekers. Het is een fantastische beleving, bruisend en uitdagend. Alle zintuigen worden geprikkeld! Studenten zijn gedurende hun opleiding onderdeel van de Crafted Community. Ze leven er naartoe door het mooiste, beste en meest innovatieve werk neer te zetten wat voldoet aan de hoge eisen die Crafted stelt. Maar bovenal is het leuk om samen naar dit festival toe te werken.

2. Ontmoeting en kruisbestuiving

Crafted biedt een podium aan de studenten. Kruisbestuiving tussen de verschillende opleidingen vindt het gehele jaar plaats. Studenten maken kennis met elkaars kwaliteiten en werken met elkaar samen. Crafted stelt iedere student in staat een persoonlijke leerroute te volgen met eigen talenten en ontwikkelingsbehoefte als uitgangspunt. Studenten en medewerkers ervaren dat er geleerd en gewerkt wordt vanuit een talentenklimaat. Crafted maakt bij eerder genoemde opleidingen deel uit van het curriculum.

Bedrijven maken in de samenwerking met Crafted kennis met hun toekomstige medewerkers. Ze werken samen met de docententeams in projecten, een inspirerende en buitenschoolse omgeving. Ze leren van elkaar en er ontstaat co-creatie en daadwerkelijk onderwijsinnovatie op het snijvlak van onderwijs en bedrijfsleven. We organiseren ontwikkeldagen met bedrijven (Gielissen, Baars & Bloemhoff, MicroLab, Broeïnest). Er is een artistic director aangetrokken om kwaliteit, originaliteit en eenheid te bewaken. De creatieve opleidingen én de technische opleidingen hebben in de editie 2022 in vele producties samengewerkt zoals bij de PBL projecten, eyecatchers, installaties en LEF pieces als de Walvis, Meubel St.10, AUTOrobot, (virtuele) Fashionshow, het dronesproject. De teamleden van Crafted, bestaande uit onder andere studenten en docenten werkten in 2022 met ambassadeurs zoals Zarzo, Gielissen, Stina Randestad, Natasja Paulussen, Thijs Lodewijk en Edward Voncken.

Uitwisselingen, docentenstages, stages en baanperspectieven voor studenten zijn nu al een direct gevolg. Studenten leveren ook een bijdrage het leerproces van anderen. Na Crafted blijven velen verbonden aan de Crafted Community door nieuwe projecten te begeleiden (Fashion/ Wonen & Design). Omdat steeds nieuwe studenten en projecten zich aandienen sluit Crafted blijvend aan op maatschappelijke en sociale ontwikkelingen en op de ontwikkelingen in het bedrijfsleven. Het Crafted festival is als ontmoetingsplek volledig vervlochten met de samenleving. Iedereen is welkom: familie en vrienden, bedrijfsleven, pers, alumni en de culturele bezoeker van Eindhoven en de regio en andere stakeholders. Zo ontstaan (kruis)verbindingen tussen studenten en externen. Crafted is een ontmoetingsplaats, een vrijplaats waar connecties worden gemaakt en worden onderhouden. Want zonder fysieke plek, geen toevallige ontmoetingen. Zonder ontmoetingen, geen coalitions of the willing. Binnen de Brainport regio, waar veel aandacht is voor de toekomst, innovatie en creativiteit, vormt Crafted een onmisbare schakel in de keten van de creatieve industrie. Het festival sluit volledig aan op de drie pijlers van de regio: techniek, design en kennis

3. Samenwerking culturele instellingen

In evaluerende gesprekken met verschillende opleidingen komen we tot de conclusie dat het combineren van de verbeeldingskracht van studenten en hun ambachtelijke vaardigheden sterk heeft bijgedragen aan het creatieve proces en de resultaten van de studenten. Deze gesprekken hebben er dan ook toe geleid dat dit -het combineren van ambachtelijke vaardigheden met het stimuleren van het kritisch denkvermogen- volledig past in de visie en de omgeving van Crafted. Omgekeerd hebben de culturele instellingen belang bij de samenwerkingen met de scholen. De beweging naar het samen maken van artistieke producties maakt het culturele organisaties mogelijk om beter aan te sluiten op de opleidingen met wie we samenwerken.

Belangenanalyse CRAFTED	Studenten en docenten	Partnerscholen	Overheid/ Cultuur	Bedrijfsleven en sponsors	Summa
Probleem	Veel druk, Tijd en geldgebrek Belangen/ doel niet altijd helder Denk in beperkingen	Kost tijd en geld, what's in it for me, einde schooljaar is lastig Hoe krijg ik dit in het onderwijs, draagvlak	Past niet in de kaders, wat is het / onderwijs, stichting? Bij wie moet ik zijn?	Personeel, personeel, personeel ROI Samenwerken/ co creatie scholen = lastig	Tijd en geld 16 scholen: what's in it for me? Is Crafted Summa College of niet?
Oplossing/ optie	Kick-off tour Onderdeel curriculum Kartrekkers en volgers Bottom up Door co-creatie denken in kansen & mogelijkheden	Focus op een school Andere scholen laten starten via projecten te laten aansluiten	Meenemen in vroeg stadium, onderwijs, politiek en marketing Werken met kunstenaars Multidisciplinaire projecten	In vroeg stadium betrekken Laten meedenken over invulling programma. Crafted is verbindingshub van studenten met bedrijfsleven	Uitleg vele belangen door samen te werken met andere stake holders Oprichting stichting Crafted
Standpunten	Regie in eigen hand Toewerken naar een tweejarig programma Voldoende menskracht en middelen.	Volwaardig partnerschap	Verweving in cultuursysteem Past in jaarrond programma	Volwaardig partnerschap What's in it for me?	Maakt bij alle deelnemende scholen deel uit van de onderwijsprogramma's Financiële onafhankelijkheid
Belangen / drijfveren	Uniek, sfeer FUN, leerrendement, cross overs, kruisbestuivingen, onderwijs van de toekomst	Versterking regio, hier wil je bij horen, leidt tot nieuwe samenwerkingen, innovaties en kostenbesparing,	Creatieve community Brabant als innovatiehub, makers van de toekomst, leefbare regio	PPP, co-creatie scholen Marketing Ketenbelang	Uniek, zet Summa/mbo op de kaart, beter dan open dagen aantrekkingskracht voor nieuwe studenten

4. Ambitie

Crafted groeit binnen en buiten Summa in professionaliteit en in aantal participerende opleidingen, scholen, bedrijven en instanties die een bijdrage leveren. We vinden het belangrijk dat mensen zich met elkaar verbonden voelen, dat vanuit lef en bevoegenheid gewerkt wordt. Crafted ontstijgt hiermee de middelmaat van het onderwijs. Het is onze ambitie om de grenzen van klassen, leerjaren en de beroepskolom te doorbreken. Het onderbrengen van studenten in mbo-niveaus belemmert innovatie. Hier zouden we graag verder onderzoek naar doen. Daarnaast willen we het Crafted concept delen met andere mbo-instellingen. Tijdens meet-ups kunnen we andere mbo-instellingen enthousiasmeren en ondersteunen om Crafted binnen deze instellingen op te zetten.

Crafted is als onderwijsconcept dupliceerbaar voor studenten en opleiders van andere scholen die open staan voor creativiteit, vakmanschap, innovatie & samenwerking met bedrijfsleven.

Crafted is te zien als een challenge die voor elke school/ opleiding interessant is. Door mbo-instellingen uit te nodigen delen we dit initiatief. Ook draaiboek/mediamateriaal wordt gedeeld met andere scholen. We zijn gestart met samenwerken met scholen in onze omgeving, zoals Sint Lucas, Koning Willem 1, Fontys en Curio om dit initiatief uit te bouwen tot een regionaal of landelijk Crafted festival! De ultieme droom (waarvan we de haalbaarheid momenteel verkennen) is om met Crafted tot een Europese uitwisseling te komen met onze partnerscholen in Denemarken.

We willen Crafted landelijk breder onder de aandacht brengen bij bedrijven en politiek. Met Crafted wordt het belang van mbo, vakmanschap en creativiteit in een veranderende wereld prominent onder de aandacht gebracht.

Crafted maakt reeds deel uit van de jaarrond-keten van activiteiten in de Brainport: Dutch Design Week, Dutch Technology Week en Glow Eindhoven, dus dit biedt ook internationaal kansen.

Marktstrategie

In 2022 hebben we ook een onderzoek laten doen naar de bekendheid van Crafted en Studio Tjade Bouma uit Amsterdam heeft de opdracht gekregen een marketing- en communicatie strategie te ontwikkelen. Uit onderzoek van Tjade kwam naar voren dat bekendheid Crafted onvoldoende was en dat belang, doelgroep en USP van Crafted niet helder zijn.

Tjade gaf als belangrijkste aanbevelingen:

1. Bekendheid Crafted
 - Duidelijke communicatie in uitingen, heldere ondertitel + slogan household name van maken
 - Campagne voeren door de hele stad + social media strategie opzetten
 - Studenten en stakeholders in een veel eerder stadium betrekken (mediakit naar stakeholders).
2. Belang Crafted

Crafted moet uitgroeien tot een jaarrond platform voor creatief vakmanschap. Het festival (een/meerdaags) is de ultieme uiting hiervan. Het podium om creatief vakmanschap te tonen aan de wereld.
3. Hoofddoelgroep zijn lokale organisaties, brancheorganisaties, pers en media. **De communicatie moet erop gericht zijn een verbinding te maken tussen de student en deze stakeholders.** (De overduidelijke doelgroep van familie en vrienden zijn welkom maar bijvangst!)
4. De USP van Crafted waar het zich onderscheidt van andere festivals en organisaties in de regio is de nadruk op vakmanschap. De studenten die trots zijn op wat ze met hun hoofd bedenken, met de handen maken.

Om de verbinding te maken met de hoofddoelgroep dient er een nadruk te ontstaan van een heldere slogan + nadruk op verbinding. Crafted, festival voor Creatief Vakmanschap. Met als ondertitel: *Ontmoet de Makers van de Toekomst!*





Tjade heeft met name een social media strategie aangeraden voor de doelgroepen studenten en stakeholders.

Social media strategie studenten via Instagram, tik tok

1. Introductie van de opleidingen
2. Teaser GIF Crafted video: aankondiging festival
3. Ontmoet de maker van de toekomst video
4. Behind the scenes filmpje
5. The making of

Mediakit Stake holders:

1. Uitleg over Festival
2. Content kalender. Wat is wanneer?
3. Aangeven rol bedrijven in de maatschappij. Win-win omdat zij hierdoor toekomstige team kunnen scouten.
4. Uitnodiging Festival en rondleiding

Crafted heeft deze aanbevelingen opgevolgd en daar grote resultaten mee bereikt.

T.a.v. de stakeholders zijn we in 2022 minder aan toe gekomen. Door de samenwerking met de partners, kan in 2023 hier veel meer aandacht aan gegeven worden.