

Marketingplan Tijdloos Creëren

Januari 2025 heeft Concert Curieus met marketeer Louisa Hernandez Tobias een marketingplan opgesteld, dat de basis vormt voor dit document. Gezien de diverse domeinen waarin de CC werkzaam is, worden verschillende strategieën toegepast, afhankelijk van de context.

De algemene doelstellingen van het marketingplan zijn:

1. **Effectieve publieksbenadering**
2. **Duurzame samenwerkingen opbouwen en onderhouden**
3. **Merkbekendheid vergroten**
4. **Duurzame verbinding met bestaand publiek**

Gedurende het project Tijdloos Creëren zullen er verschillende doelgroepen moeten worden bereikt, worden nieuwe samenwerkingspartners betrokken bij CC en moeten de banden met bestaande partners en publiek worden verstevigd. Met oog op duurzaamheid en gedeelde maatschappelijke verantwoordelijkheid is een goede relatie met gemeente en subsidieverstrekters ook van belang. Per doelgroep is hieronder beschreven hoe deze wordt bereikt en welke verantwoordelijkheid CC daarin draagt. Daaronder een kort beeld van communicatievormen die worden gekozen ter ondersteuning van de samenwerkingsverbanden. Als afsluiting een beeld van de algemene communicatie middelen die CC hanteert om merkbekendheid te vergroten en netwerk en contact met publiek te verstevigen.

1. **PUBLIEKSDOELGROEPEN TIJDLOOS CREËREN** - Effectieve publieksbenadering

Ouders van jonge kinderen in de wijk

Net als tijdens de eerdere projecten is [R-Newt](#), zorgt R-Newt voor publiciteit van de voorstellingen in de wijk, zowel voor de Let's Meets als de grote wijkvoorstellingen. Ouders kennen R-Newt als een betrouwbare, betrokken partner in de wijk. De opbouwwerkers geven aan dat de meeste contacten via via en middels mond-op-mond reclame gaan, zij staan ook zelf op het schoolplein en spreken ouders van jonge kinderen aan. Concert Curieus levert passend beeldmateriaal, zowel foto als video, dat toegankelijk is (niet te abstract of in theater setting) en passend bij de locatie waar wordt gespeeld. CC en R-Newt kijken samen kritisch naar de teksten voor op flyers en posters, die allen in de huisstijl van R-Newt worden gedrukt. R-Newt zorgt daarnaast dat CC wordt opgenomen in de socials. Daarnaast maken de opbouwwerkers gebruik van whatsapp groepen waarin de ouders ook in de week zelf nog worden geprikkeld om te komen. CC checkt of deze communicatie kanalen werkelijk worden benut (dat wisselt per opbouwwerker, wanneer het expliciet wordt gevraagd gebeurt het).

[Xpect013](#) speelt ook een rol in het bereiken van kwetsbare ouders. De ouders komen via de GGD bij de peuteropvang terecht voor het VVE (Voor- en Vroegschoolse Educatie) programma. R-Newt en Xpect013 werken nauw samen, er zijn vaak peuters van Xpect013 aanwezig bij de Let's Meet momenten. Door Xpect013 ook in te lichten heeft CC dubbel bereik van de ouders.

Voor de grotere wijkvoorstellingen wordt met R-Newt per wijk overlegd wat een goede strategie is om een breed publiek uit te nodigen, waarbij R-Newt medewerkers de lokale publiciteit verzorgen bijvoorbeeld middels posters op de juiste locaties of een advertentie in een buurtkrant.

Ouders van jonge kinderen Tilburg breed

Voor de grotere wijkvoorstellingen wordt [Kids & Koffie](#) uitgenodigd, een Tilburg breed initiatief van de GGD en andere partijen met zorg voor het jonge kind. Dit brengt een wijk brede publieksgroep op gang van ouders die vaker naar Kids & Koffie activiteiten gaan. Ook ouders uit andere wijken komen op dit initiatief af. Dit zijn niet enkel kwetsbare of laagopgeleide ouders, maar wel allemaal ouders die waarde hechten aan de ontmoeting van andere ouders en uitwisseling. Kids & Koffie gebruikt social media en whatsapp groepen als publiciteitskanalen. CC levert beeldmateriaal en tekst.

Ouderen uit de wijk

[De Wever](#) heeft contact met kwetsbare ouderen uit de wijk die nog thuiswonend zijn maar wel ondersteuning nodig hebben en Wever activiteiten bezoeken. Zij weten hoe zij deze ouderen o.a. via de mantelzorgers uit kunnen nodigen voor activiteiten in de wijk. Ook hebben zij een groep vrijwilligers die bij kunnen springen in het vervoer naar de Wever locatie. Concert Curieus levert beeldmateriaal van een voorstelling in een woonzorgcentrum met ouderen en kinderen in beeld.

Met [Contour de Twern](#), overkoepelende maatschappelijk werk organisatie in Tilburg en omstreken waar ook R-Newt mee werkt, wordt een netwerk van thuiswonende ouderen aangesproken die behoefte hebben aan activiteiten buitenshuis waarbij zij anderen kunnen ontmoeten. Door Contour de Twern te betrekken kan CC de informatie over de openbare voorstellingen in de woonzorglocaties ook naar andere ouderen initiatieven in de buurt communiceren. CC maakt (digitale) flyers en beeldmateriaal en stuurt dit door naar Contour de Twern.

Ouderen uit het woonzorgcentrum

Deze ouderen worden door De Wever zelf naar de voorstellingen gebracht. Informatieverstrekking voor de ouderen zelf is niet nodig. Wel maakt CC een (digitale) flyer voor mantelzorgers, vrijwilligers en personeel, zodat zij een beeld krijgen van de voorstellingen en zo CC leren kennen.

2. **SAMENWERKINGSPARTNERS** - Duurzame samenwerkingen opbouwen en onderhouden

R-Newt & De Wever

Hoofdpartners in Tijdloos Creëren zijn al betrokken bij de ontwikkeling, planning en uitvoering van het project. Door een speciale Kick-off te organiseren per wijk waarbij beide partners aanwezig zijn en het project wordt geïntroduceerd, zal de verbinding met de medewerkers versterken. Naast zorgvuldig afstemmen met de organisaties op managementniveau is inzicht in het project en enthousiasme onder de medewerkers essentieel voor de start en doorgang van het project. De organisaties werken nog niet samen, dit project kan voor hen ook het wijknetwerk versterken en draagt daarmee bij aan de duurzaamheid van de relaties, onderling en met CC.

Xpect013

Deze kinderopvang organisatie heeft tot nu toe vooral via R-Newt contact gehad met Concert Curieus, voor het komende project zal CC ook met alle locatiemanagers van de desbetreffende wijken een kennismakingsgesprek aangaan en hen uitnodigen.

Kids & Koffie

Deze organisatie kent CC al en benadert CC vaak zelf. Tijdens openbare wijkvoorstellingen maakt 1 vd performers even contact, de persoon wordt uitgenodigd op linkedin. Gedurende het jaar wordt verder gereageerd op social media posts van Kids & Koffie.

Kinderdagverblijven

Nieuwe kinderdagverblijven worden eerst gebeld, vervolgens gemaild met uitgebreide en beeldende beschrijving van het project. Locatiemanagers worden uitgenodigd bij een van de huidige voorstellingen. Gedurende en na afloop van het project worden ze per mail op de hoogte gehouden.

Provincie, Gemeente, Scholen

Dit zijn nog geen partners binnen dit project. Toch ziet CC hen wel als partners: ook zij hebben baat bij cultuuraanbod voor het jonge kind, activiteiten die de eenzaamheid bij ouderen tegengaan en begrip voor dementie versterken, kwetsbare gezinnen ondersteunen. Een zorgzame samenleving. Door hen actief uit te nodigen voor voorstellingen en verslagen te sturen (door het impulsgeldentrajec heeft CC direct contact met de afdeling cultuur vd provincie) wordt betrokkenheid vergroot en komt er een voedingsbodem voor een samenwerking in de toekomst.

3 & 4. ALGEMENE COMMUNICATIEMIDDELEN - merkbekendheid en publieksbinding

Hieronder volgen de algemene middelen die CC inzet, waarbij per project de 'tone of voice' en het beeldmateriaal anders is, zodat de ontvanger van de materialen zich erin herkent.

Voorstellingen

- Banner met qr code naar de nieuwsbrief
- Kleurplaten met CC merk materiaal en qr code naar de nieuwsbrief
- Bij het applaus wordt instagram en de nieuwsbrief genoemd
- Vanaf 2026: Kaarten met qrcode en website die kinderen kunnen stempelen met CC figuren
- Communicatiekanalen van de voorstellings locatie zelf, CC levert beeld en tekst

Standaard communicatiemiddelen CC

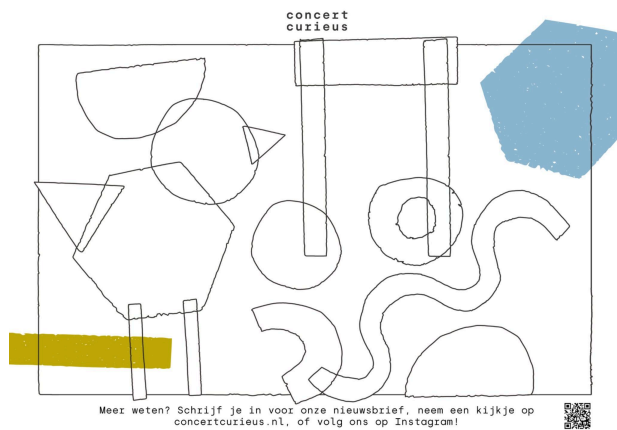
- Social Media: 2 a 3 posts per week op instagram en facebook, kwartaal LinkedIn post met beeldmateriaal en ervaring uit een project
- Partners en betrokkenen worden uitgenodigd om een voorstelling mee te maken in het voortraject (dus op een andere locatie) en tijdens het project
- Kwartaal nieuwsbrief voor publiek
- Halfjaarlijkse nieuwsbrief voor professionals/partners
- Website www.concertcurieus.nl met agenda en eens per kwartaal een update
- Begin 2026 komt een pagina op de website over de projecten van CC buiten de theaters
- Persoonlijke / groeps Whatsapp berichten naar ouders in de omgeving van de voorstelling
- Nieuwjaars- en zomer bericht over het project per mail naar partners
- Eens per half jaar update van het project naar de fondsen en uitnodiging voor de voorstelling

Netwerk / naamsbekendheid

Artistiek leider Kristien is als gezicht van CC bij diverse netwerkbijeenkomsten aanwezig, o.a. van [Arts in Health](#) platform, Triodos Kunst in de Zorg dag, [Carefull netwerk Kunstloc](#), [makersbijeenkomst November Music](#) & [Twee turven Hoog](#), gemeentelijke makersbijeenkomst 's-Hertogenbosch en Tilburg. Ook bezoekt zij regelmatig voorstellingen van verwante makers en gaat met hen in gesprek op zoek naar samenwerkingsmogelijkheden, om de (podium-)kunsten in het sociale domein in Brabant te versterken en verduurzamen.

Beeldmateriaal

Als organisatie op het snijvlak van podiumkunsten en zorg en maatschappij is CC zich ervan bewust dat zij een pioniersfunctie heeft. Omdat de projecten vaak nieuw zijn in de context waarin ze plaatsvinden, is goed beeldmateriaal en tekst essentieel om nieuwe partners en publiek vertrouwen te geven en te prikkelen om een samenwerking aan te gaan. Bij nieuwe projecten wordt altijd een fotograaf en videograaf uitgenodigd. Dat materiaal komt op de website, flyers, socials terecht.



Kleurplaat Elke Bernards / foto Cees Ringelberg

