

Proces verslag Boomfeestdag Concepting and storytelling

Inleiding

Het maken van het concept voor "De ultieme boomfeestdag campagne" was een uitgebreid proces waarin meerdere stappen zijn doorlopen, van het analyseren van de opdracht tot het uitwerken van het eindconcept. Hieronder beschrijf ik de verschillende stappen die ik heb ondernomen, zodat het hele traject duidelijk wordt.

Inhoudsopgave

Inleiding.....	1
Stap 1: Analyse van de opdracht en doelgroep	1
Stap 2: Brainstormen en ideeontwikkeling	2
Stap 3: Uitwerking van de onderdelen	2
<i>Green week.....</i>	<i>2</i>
<i>Boommaatjes.....</i>	<i>2</i>
<i>Boomfeestdag.....</i>	<i>2</i>
<i>De bomen battle.....</i>	<i>2</i>
Stap 4: Feedback verzamelen en aanpassen	3
Stap 5: Toepassing van storytelling	3
Stap 6: Eindresultaat presenteren	3
Conclusie	3

Stap 1: Analyse van de opdracht en doelgroep

De eerste stap in het proces was het analyseren van de opdracht en het in kaart brengen van de doelstellingen van Boomfeestdag. De organisatie wilde basisschoolleerlingen betrekken bij vergroening en hen bewust maken van het belang van natuurbehoud. Hierbij was het belangrijk dat het concept zowel educatief als leuk zou zijn.

Ik begon met deskresearch om de organisatie beter te begrijpen en om te kijken naar bestaande campagnes rondom duurzaamheid en natuurbehoud. Vervolgens richtte ik me op de doelgroep: basisschoolleerlingen. Ik onderzocht hoe kinderen het beste leren, wat hen motiveert en wat ze leuk vinden. Uit dit onderzoek bleek dat kinderen het meest worden betrokken door activiteiten die creativiteit, competitie en interactie combineren. Deze inzichten vormden de basis voor het concept.

Stap 2: Brainstormen en ideeontwikkeling

Met de verzamelde informatie ben ik gestart met brainstormen om ideeën te genereren voor de campagne. Ik maakte gebruik van creatieve technieken zoals mindmapping en storytelling. Hierbij heb ik verschillende ideeën verkend die gericht waren op educatie, actie en samenwerking.

Tijdens dit proces ontstond het idee om de campagne op te splitsen in meerdere onderdelen, zodat kinderen op verschillende manieren worden betrokken. Ik besloot het concept te verdelen in vier hoofdstukken: de green week, boommaatjes, boomfeestdag en de bomen battle. Elk onderdeel zou een andere focus hebben, zoals creativiteit, persoonlijke verbinding, actie en competitie.

Stap 3: Uitwerking van de onderdelen

Nadat het basisconcept was vastgesteld, begon ik met het verder uitwerken van de vier onderdelen.

Green week

Dit onderdeel werd ontworpen als een creatieve start van de campagne. Elke dag krijgen leerlingen een nieuwe uitdaging, zoals het maken van kunstwerken van afval, het schrijven van raps over duurzaamheid of het maken van natuur-selfies. De activiteiten zijn speels en leerzaam, en via social media (met hashtags zoals #GreenWeek) kunnen scholen hun resultaten delen.

Boommaatjes

Om een persoonlijke verbinding tussen kinderen en de natuur te creëren, bedacht ik het concept van Boommaatjes. Elk kind krijgt een eigen boom toegewezen, inclusief een “boompaspoort” waarin ze de groei van hun boom kunnen bijhouden. Via een online platform voeren leerlingen opdrachten uit en leren ze meer over duurzaamheid. Door deze persoonlijke aanpak voelen kinderen zich meer verbonden met hun bijdrage aan de natuur.

Boomfeestdag

Het hoogtepunt van de campagne is Boomfeestdag zelf, waar leerlingen hun boommaatjes daadwerkelijk planten. Dit moment wordt gevierd met workshops, verhalen over duurzaamheid en een feestelijke afsluiting. Ik voegde ook een certificaat toe dat elke leerling ontvangt als bewijs van hun bijdrage.

De bomen battle

De campagne eindigt met de bomen battle, een interactieve quiz waarin klassen laten zien wat ze hebben geleerd. Dit onderdeel combineert educatie en competitie, en de beste klassen strijden in een landelijke finale om een prijs, zoals een klassenuitje.

Stap 4: Feedback verzamelen en aanpassen

Na de eerste uitwerking van het concept presenteerde ik mijn ideeën aan medestudenten en docenten om feedback te krijgen. Deze feedback hielp me om het concept verder te verbeteren.

Een belangrijk punt van feedback was het vergroten van de sociale stukje van de campagne. Daarom voegde ik hashtags en online uitdagingen toe, zodat scholen hun ervaringen kunnen delen en elkaar kunnen inspireren. Ook werkte ik de visuele elementen verder uit om ervoor te zorgen dat elk onderdeel van de campagne aantrekkelijk en duidelijk was.

Stap 5: Toepassing van storytelling

Ik wilde ervoor zorgen dat het concept niet alleen een verzameling losse activiteiten was, maar een samenhangend verhaal. Daarom heb ik storytelling toegepast om een inspirerende reis voor kinderen te creëren. Elk onderdeel van de campagne werd gepresenteerd als een hoofdstuk in het verhaal van een leerling die groeit van deelnemer tot “groene held.”

De green week werd het eerste hoofdstuk, waarin leerlingen de missie starten. Boommaatjes voegde een persoonlijk element toe, terwijl Boomfeestdag de climax van het verhaal werd. De bomen battle vormde de finale, waar leerlingen hun kennis konden laten zien en beloond werden voor hun inzet.

Stap 6: Eindresultaat presenteren

De laatste stap was het presenteren van het eindconcept. Dit omvatte een visueel uitgewerkt plan waarin elk onderdeel van de campagne werd toegelicht. Ik maakte gebruik van storytelling om de boodschap krachtig over te brengen en gebruikte visuele hulpmiddelen om het concept aantrekkelijk te maken.

Het resultaat was een campagne die kinderen op een speelse en educatieve manier betreft bij vergroening. "De ultieme boomfeestdag campagne" biedt een compleet traject waarin leerlingen niet alleen leren over duurzaamheid, maar ook actief bijdragen aan een groenere toekomst.

Conclusie

Dit proces heeft me niet alleen geholpen om een succesvol concept te ontwikkelen, maar ook om mijn vaardigheden in conceptontwikkeling, storytelling en creatieve communicatie te verbeteren. Door het combineren van educatie, actie en persoonlijke verbinding is een inspirerend en effectief concept ontstaan dat perfect aansluit bij de doelstellingen van Boomfeestdag.