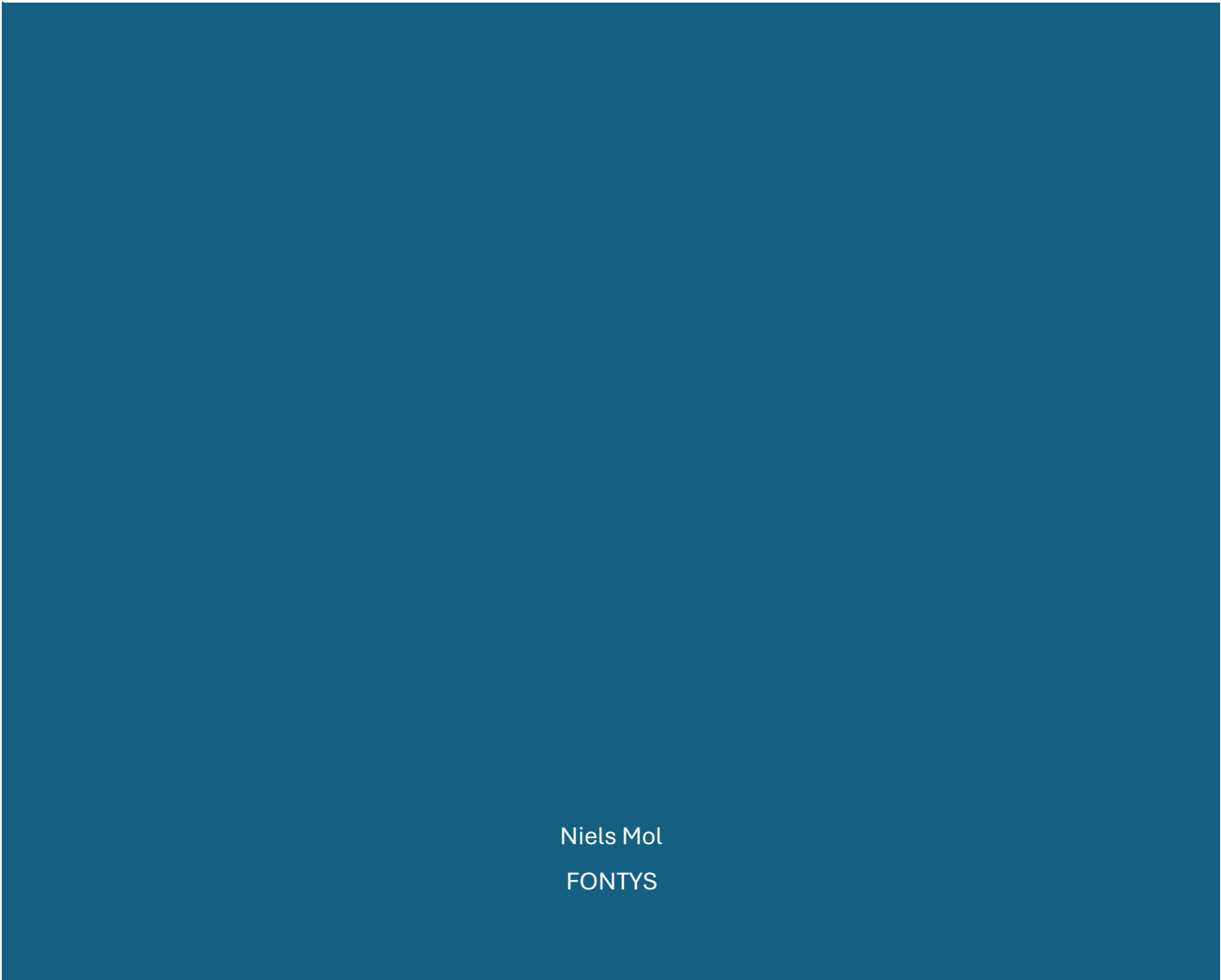




PROCESVERSLAG CIALDINI BOOMFEESTADG



Niels Mol
FONTYS

Proces: Cialdini-principes toegepast op Boomfeestdag

Inleiding

Voor deze opdracht heb ik de zeven overtuigingsprincipes van Cialdini toegepast op Boomfeestdag. Het doel was om ideeën te bedenken die ervoor zorgen dat meer mensen betrokken raken en in actie komen. Hieronder beschrijf ik stap voor stap hoe ik te werk ben gegaan om tot mijn uiteindelijke voorstellen te komen.

Inhoudsopgave

Inleiding.....	1
Stap 1: De organisatie onderzoeken.....	1
Stap 2: De principes leren begrijpen	1
Stap 3: Ideeën bedenken.....	1
Stap 4: Kijken naar wat haalbaar is	2
Stap 5: Feedback verzamelen.....	2
Stap 6: De voorstellen uitwerken	2
Stap 7: Reflectie op het proces	2

Stap 1: De organisatie onderzoeken

Ik begon met het onderzoeken van Boomfeestdag. Ik keek naar hun missie, doelgroep en wat ze al doen om mensen te betrekken bij hun activiteiten. Dit gaf me een duidelijk beeld van waar de organisatie voor staat en waar nog kansen liggen om meer mensen te bereiken.

Stap 2: De principes leren begrijpen

Daarna verdiepte ik me in de zeven principes van Cialdini: wederkerigheid, commitment en consistentie, sociale bevestiging, sympathie, autoriteit, schaarste en eenheid. Ik las over hoe deze principes werken en hoe ze worden gebruikt in marketing. Dit hielp me om te begrijpen hoe ik ze kon toepassen op de case van Boomfeestdag.

Stap 3: Ideeën bedenken

Met de informatie uit de eerste twee stappen ben ik gaan brainstormen. Voor elk principe schreef ik ideeën op die zouden passen bij Boomfeestdag en hun doelgroep. Ik richtte me op gezinnen, scholen en natuurliefhebbers en probeerde ervoor te zorgen dat elk idee goed bij de boodschap van de organisatie past.

Stap 4: Kijken naar wat haalbaar is

Nadat ik een lijst met ideeën had, ging ik kijken welke ideeën uitvoerbaar zijn voor Boomfeestdag. Ik vroeg mezelf af of ze passen bij wat de organisatie al doet en of ze realistisch zijn binnen hun middelen en kanalen. Hierdoor kon ik de beste en meest bruikbare ideeën overhouden.

Stap 5: Feedback verzamelen

Ik deelde mijn ideeën met medestudenten en mijn docent om feedback te krijgen. Zij gaven me tips om de ideeën duidelijker en sterker te maken. Bijvoorbeeld bij schaarste kreeg ik de tip om niet alleen exclusiviteit te benadrukken, maar ook urgentie. Die feedback heb ik verwerkt om mijn voorstellen beter te maken.

Stap 6: De voorstellen uitwerken

Na de feedback werkte ik mijn ideeën verder uit. Voor elk Cialdini-principe schreef ik een concreet voorstel dat Boomfeestdag meteen kan gebruiken. Enkele voorbeelden:

- Wederkerigheid: Geef een gratis gids over bomen planten in ruil voor een e-mailadres.
- Sociale bevestiging: Laat verhalen en foto's zien van mensen die al meedoen om anderen te inspireren.
- Schaarste: Organiseer exclusieve plantdagen met een beperkt aantal plekken.

Ik zorgde ervoor dat elk voorstel goed aansluit bij de doelgroep en de missie van Boomfeestdag.

Stap 7: Reflectie op het proces

Tijdens dit proces heb ik geleerd hoe belangrijk het is om gedrag en psychologie te koppelen aan marketing. Door stap voor stap te werken en feedback te verwerken, kon ik sterke en bruikbare voorstellen maken. Ik heb beter geleerd hoe de principes van Cialdini werken en hoe ik ze kan toepassen om mensen te motiveren. Dit proces heeft me geholpen om mijn kennis en vaardigheden op het gebied van consumentengedrag en marketing te verbeteren.