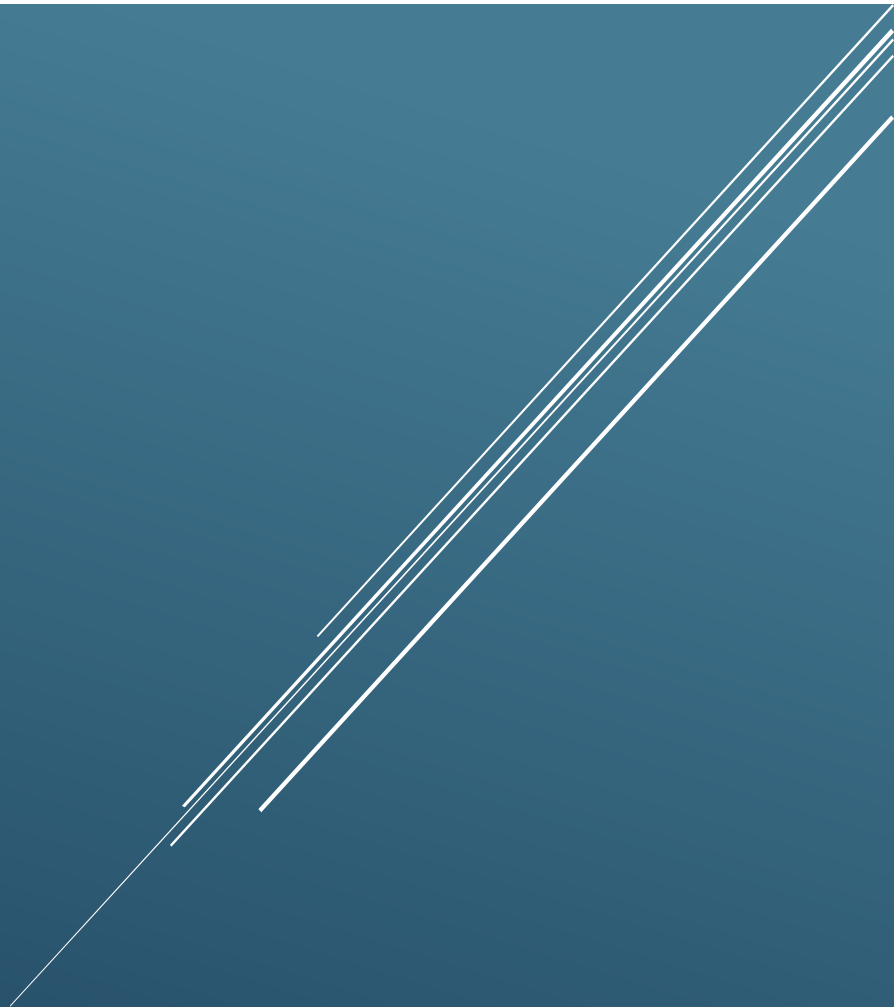




PROCES VERSLAG GREENWEEK BOOMFEESTDAG

Niels Mol

Inleiding

Voor de Green Week heb ik een marketingstrategie en planning ontwikkeld gericht op basisschoolkinderen. Het doel was om een interactieve en educatieve week te organiseren rondom natuur en duurzaamheid. Het proces bestond uit verschillende stappen, van onderzoek tot uitvoering. In dit verslag beschrijf ik hoe ik dit heb aangepakt en tot het eindresultaat ben gekomen.

Inhoudsopgave

Inleiding.....	1
Stap 1: Onderzoek en conceptontwikkeling	1
Stap 2: Activiteitenplanning maken	1
Stap 3: Activiteiten uitwerken.....	1
Stap 4: Mediaplanning en promotie	2
Stap 5: Feedback verzamelen en aanpassen	2
Conclusie	2

Stap 1: Onderzoek en conceptontwikkeling

Ik begon met een uitgebreide onderzoeksfase. Hierin onderzocht ik wat basisschoolkinderen aanspreekt en welke activiteiten geschikt zijn om hen bewust te maken van natuur en duurzaamheid. Daarnaast bracht ik de doelen van de Green Week in kaart. Op basis van deze inzichten heb ik een concept uitgewerkt waarin elke dag een specifieke activiteit centraal staat, zoals de Natuur Bingo en de Bomen Battle Quiz.

Stap 2: Activiteitenplanning maken

Met het concept als basis stelde ik een weekplanning op. Hierin legde ik vast welke activiteiten op welke dagen plaatsvinden. Ik zorgde voor een logische opbouw, waarbij de week begon met een introductie en eindigde met een spannende finaledag. Elke dag werd gekoppeld aan een leerzaam maar ook leuk doel, zoals het planten van bomen of het bedenken van groene uitvindingen.

Stap 3: Activiteiten uitwerken

In deze stap werkte ik de activiteiten gedetailleerd uit. Ik ontwikkelde onder andere een bingokaart voor de Natuur Bingo, bedacht vragen voor de Bomen Battle Quiz en maakte een handleiding voor het ontwerpen van groene uitvindingen. Voor elke activiteit hield ik rekening met de praktische uitvoerbaarheid, zodat deze gemakkelijk door scholen kon worden uitgevoerd.

Stap 4: Mediaplanning en promotie

Om de Green Week bekend te maken, stelde ik een mediaplanning op. Hierin koos ik kanalen zoals Instagram en e-mail marketing. Ik zorgde voor duidelijke uitleg over hoe scholen de activiteiten konden implementeren.

Stap 5: Feedback verzamelen en aanpassen

Na het presenteren van het plan aan betrokkenen vroeg ik om feedback aan verschillende leerlingen en aan een docent. Dit hielp me om het plan verder te verbeteren. Zo werden sommige activiteiten aangepast om beter aan te sluiten bij de doelgroep, en werd de planning geoptimaliseerd om het haalbaar te maken voor scholen.

Conclusie

Het proces van de Green Week was een leerzame ervaring waarin ik mijn vaardigheden in marketingstrategie en planning heb kunnen toepassen. Van het bedenken van creatieve concepten tot het uitwerken van praktische activiteiten en het opstellen van een mediaplanning, ik leerde hoe je een project gestructureerd en doelgericht uitvoert. Het eindresultaat is een interactieve en haalbare week waarmee kinderen op een leuke manier leren over natuur en duurzaamheid.