

# Bewijslast 3 – leerdoel 1

Creatieve content

*Simone Offerman*

Onderstaand heb ik een aantal prototypes weergegeven. Met deze prototypes is het mogelijk om op een creatieve manier de naamsbekendheid voor The Bakery Campus\* te vergroten. Ik heb hier mijn creatieve laten zien.

\*Project Marketing In Praktijk

### Prototypes:

**Lift optie 1:**



**Lift optie 2:**



*Bovenstaand zijn liftstickers met de merkessentie 'meer dan een gewone bakker' in het Italiaans, Nederlands en Engels weergegeven.*

In de drie gebouwen van StudentStay – direct gelegen naast NHL Stenden – kunnen liftstickers worden ingezet. Het doel van deze actie is om de naamsbekendheid te vergroten onder de internationale studenten van NHL Stenden. Deze actie speelt daarmee goed in op 'kennis' van de tactische doelstelling.

Naast het logo als liftsticker is er in drie verschillende talen 'meer dan een gewone bakker' weergegeven. Hiervoor is gekozen, omdat er internationale studenten wonen binnen de gebouwen van StudentStay.

The Bakery Campus is 'meer dan een gewone bakker' en een liftsticker is redelijk ongewoon. Omdat ongewoon het tegenovergestelde is van gewoon sluit de liftsticker goed aan op de merkessentie.



*Links is reverse graffiti (rood omcirkeld) te zien.*

Het doel van het logo inclusief de pijlen op de grond is om meer bezoekers te trekken en de naamsbekendheid te vergroten. De reverse graffiti loopt vanaf de bushalte/plein NHL Stenden naar The Bakery Campus. Reverse graffiti is een echte guerrilla-actie. In zeer korte tijd is er veel aandacht te behalen.

Wachtende studenten bij de bushalte en/of studenten die vanuit het schoolgebouw richting de Rengerslaan lopen zullen de reverse graffiti zien. Mensen zijn snel geneigd om visuele aanwijzingen te volgen.

The Bakery Campus is 'meer dan een gewone bakker' en reverse graffiti is redelijk ongewoon. Omdat ongewoon het tegenovergestelde is van gewoon sluit deze actie goed aan op de merkessentie.