

Sterk techniek onderwijs in de Achterhoek

Om technisch onderwijs in de Achterhoek te promoten werken we samen aan een helder doel, namelijk:

'10-14-jarigen bereiken en enthousiasmeren, om zodoende positieve beeldvorming en herkenning voor techniek en technisch onderwijs te creëren.

'Dit doel draagt bij aan een hoger percentage jongeren dat voor techniek kiest op het VMBO en uiteindelijk kiest voor een technisch georiënteerde vervolgopleiding.'



Een duurzaam (leer)traject met meetbare resultaten

Ons doel willen we bereiken met een online platform waarin we een goed toekomstperspectief laten zien, na het volgen van een technische opleiding. Daarover later in dit bericht meer. Wat belangrijk is in deze aanpak is de route die we vooraf hebben doorlopen. We zijn hierin namelijk begonnen met het zoeken naar antwoorden op de volgende vragen:

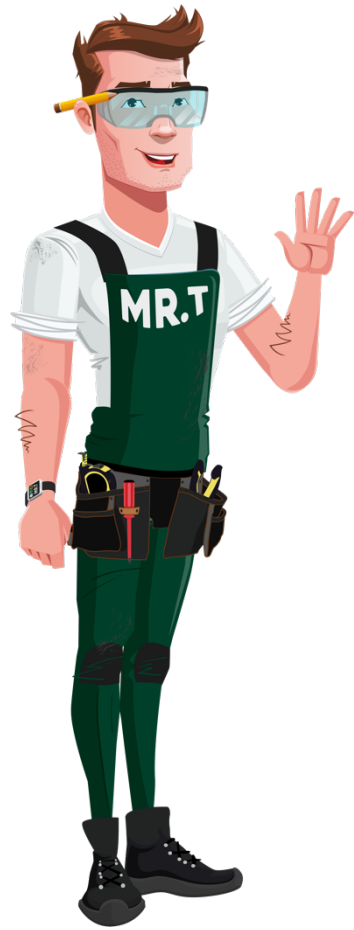
- Hoe weten we écht wat de belevingswereld van deze specifieke doelgroep is?
- Wat hen inspireert in techniek?
- Hoe kunnen we hen bereiken?
- En wat moeten we er vervolgens aan doen dit bij elkaar aan te laten sluiten?

In onze zoektocht naar antwoorden hebben we verschillende stappen gezet zoals het onderzoeken van de doelgroep en verdieping in de studentreis die onze doelgroep meemaakt. Wel beseffen we dat we er hiermee nog niet zijn en daarom werken we op een pragmatische, datagedreven en lerende manier waarin we constant blijven leren wat wel en niet werkt. Dit doen we aan de hand van harde data die we kunnen aflezen uit het gebruik van het platform en andere bronnen maar ook met zachte data door het ondervragen van onze doelgroep.

Maak kennis met MR & MS T



Op ons platform tech-tok.nl zijn onze eerste video's te zien waarin je op een interactieve manier kunt rondkijken bij bedrijven in onze regio. Deze bedrijven publiceren we stuk voor stuk in het platform en tussendoor kijken we naar het klikgedrag van onze bezoekers om zo te leren wat werkt en vooral wat niet werkt. De kennis die we opdoen nemen we mee tijdens het maken van de volgende video's, daarnaast testen we ook weer nieuwe dingen uit.



Organische groei

Ook bij het bereiken van onze doelgroep kiezen we voor een werkwijze waarbij we continu blijven leren. We promoten ons platform niet met een grote knal, het risico dat we daarin de plank mis slaan is simpelweg te groot én we hebben hierbij maar één kans. Om deze reden kiezen we voor organische groei waarin we gaandeweg voldoende inzichten verkrijgen.

We willen leerlingen van basisscholen bereiken, hiervoor zetten we offline middelen als posters, pennen en andere gadgets in. Deze verspreiden we op onverwachte locaties waar de doelgroep actief is, denk bijvoorbeeld aan sportclubs of supermarkten. Daarnaast zetten we social media en online advertentie platformen in om cross mediaal herkend te worden.

Een goed begin

De eerste reacties, resultaten en spin-offs zijn positief; bedrijven zijn enthousiast, scholen zijn betrokken en werken graag mee, netwerkclubs staan open voor promotie en de verbinding met andere scholen is groeiende. We merken dat het platform goed wordt bekeken en bereiken inmiddels het eerste deel van onze doelgroep.

Het merk Mr en Ms T

Om ons doel te bereiken passen we de branding strategie toe, dit wil zeggen dat we ervoor gaan om onze karakters bekendheid te geven en vanuit daar onze boodschap te vertellen. Wanneer we reclame maken doen we dit dan ook vooral met het oog op het creëren van bekendheid van onze karakters.

