



Acteurs als communicatiemiddel

Uw boodschap tot leven brengen

De evenementenbranche is zich razendsnel aan het ontwikkelen op het snijvlak van communicatie en reclame. Evenementen zijn allang niet meer synoniem aan feestjes alleen. De verzadiging met bestaande media zorgt voor nieuwe uitdagingen. U moet steeds doordachter te werk gaan om uw doelgroep in beweging te krijgen. Aaaaha! the Actor Factory biedt acteurs als communicatiemiddel. Zij betrekken al uw collega's bij uw project, met humor. De impact van live acties werkt door in video's en gepersonaliseerde berichtjes. Acteurs brengen abstracte begrippen tot leven.

Lady Connect als aanjager bij interne campagne ABB Connect



Veiligheidsstewardessen brengen arbeidsveiligheid tot leven bij ENECO

Uw collega's worden overvoerd met informatie. Elke dag puilt hun e-mail box uit met nieuwe berichten. Uiteraard kunt u met een mailtje iedereen op de hoogte stellen van uw project. Wanneer u hen wilt raken, is het nodig om eerst hun aandacht te vangen. Laat hen op de werkplek verrassen door een acteur. Met een persoonlijk lied of een quiz betreft u uw collega's bij uw project.

Arbeidsveiligheid

ENECO monteurs verzorgen de aansluitingen op het elektriciteitsnet. Langs het spoor en op de weg staan zij bloot aan uiteenlopende arbeidsrisico's. Het dragen van de juiste beschermingsmiddelen is van levensbelang. De monteurs leren in trainingen waar ze op moeten letten. Arbeidsveiligheid is vooral een cultuur-issuë. Leidinggevendenden moeten heldere instructies geven. Alle medewerkers moeten elkaar op onveilig gedrag aanspreken. In het werkoverleg is arbeidsveiligheid een belangrijk agendapunt. In trainingen presenteren actrices als veiligheidsstewardessen een komische quiz. De monteurs worden uitgedaagd om hun kennis te toetsen aan beeldende praktijksituaties. De deelnemers hebben in het spel maar één leven net als in het echt. Alle deelnemers gaan staan en beantwoorden multiple-choice vragen. Wie het fout heeft, moet gaan zitten. De quiz is vormgegeven rond een powerpoint-show met veel beeldmateriaal. Om de boodschap te verankeren ontvangen deelnemers een week na de training een luchtige videoclip. Daarin

zingen de veiligheidsstewardessen een aanstekelijk lied over arbeidsveiligheid. Zij dansen erop los met veiligheidsbrillen, gelaatsmaskers en speciale handschoenen.

Video: www.acteurs.nl/video/eneco.wmv

Webshop

The Actor Factory ontwikkelde voor elektro-reus ABB een campagne rond de webshop ABB Connect. ABB produceert en verkoopt ondermeer schakelaars en dimmers. Via de nieuwe webwinkel kunnen afnemers op hun gemak kiezen uit het overweldigende aanbod. Eigen medewerkers werden uitgedaagd om deze service nadrukkelijk onder de aandacht te brengen van hun vaste klanten. Wanneer die klanten bestelden via de webshop leverde dat voor het team punten op. Het team dat de meeste klanten liet bestellen via het systeem werd de winnaar. Om de actie een gezicht te geven werd een actrice gekoppeld aan het onderwerp. Lady Connect verschaftte de medewerkers uitleg rond de campagne in een kick-off. Zij bezocht alle kantoren om de collega's aan te jagen. Iedereen ontving een persoonlijke ansichtkaart van haar. Via haar mailadres en het gratis nummer 0800-CONNECT was zij steeds bereikbaar voor tips en voor bijstand. Op de actiesite verscheen met regelmaat een nieuw filmpje waarin Lady Connect praktische aanwijzingen gaf. Zo was er steeds nieuws rond de competitie. Op dezelfde intranet site kon men ook de tussenstand in de gaten houden.

Video: www.acteurs.nl/video/abbconnect.wmv >>

Mensen communiceren met mensen. Een stralend gezicht werkt ontwapenend

Muzikale ode

Ook worden acteurs ad hoc ingezet om een afdeling te verrassen. Na een verhuizing worden de medewerkers bijvoorbeeld enthousiast onthaald op hun nieuwe werkplek. Als gastvrouw verwelkomt de actrice de medewerkers en leidt hen rond in het nieuwe kantoor. Jubilarissen of projectleiders worden feestelijk toegezongen. Op basis van anekdotes wordt vooraf een persoonlijk lied geschreven, een muzikale ode. In de aanloop naar de feestdagen worden ook acteurs ingezet. Zij verrassen als kerstman uw collega's met een appelbeignet en de uitnodiging voor het kerstfeest.

Acteurs maken communicatie persoonlijk

Mensen communiceren met mensen. Een stralend gezicht werkt ontwapenend. Elke campagne snakt naar persoonlijkheid. Denk aan het succes van Cora van Mora, Jochem de Bruyn van de Rabobank, Leen van Frisia, Dennis van der Ven van Citroën en Flipje van Tiel. U kunt uw project laten leven door acteurs als spreekbuis in te zetten. Verrijk uw communicatie met een verrassingsbezoek, een videoboodschap of een persoonlijke kaart. Enthousiasmerende acteurs gaan de dialoog aan. Zo betrekken zij uw collega's bij uw project. In een verrassingsbezoek presenteert de acteur een korte quiz op de werkplek of zingt een lied op basis van uw input. De beleving wordt zo naar uw doelgroep gebracht. Op die manier is het niet altijd nodig om met zijn allen bij elkaar te komen.

Met elkaar in gesprek komen

Wanneer u juist graag bij elkaar komt, overweeg dan eens een speeddate-workshop. Na een korte introductie delen uw collega's hun ervaringen en inzichten met elkaar. Aan de hand van vooraf ontwikkelde stellingen bespreken zij actuele uitdagingen. Uw collega's worden zo actief bij het onderwerp betrokken. Na een introductie over 'the wisdom of crowds' komt iedereen tegenover elkaar te zitten. In korte discussies gaan collega's samen op zoek naar concrete oplossingen voor (strategische) uitdagingen. Onze gespreksleider



Ervaringen delen in de speeddate workshop

haalt enkele meningen naar voren. In de volgende ronde wisselt men door naar een frisse gesprekspartner. Dan volgt een nieuwe stelling. Stellingen zijn bijvoorbeeld "Wat voor type mensen werken er binnen deze organisatie?" of "Dit zijn de 2 belangrijkste kansen voor onze organisatie".

Video verankert uw boodschap

Door het inzetten van evenementen komt uw boodschap tot leven. De impact is echter van korte duur. Het is van belang om vooraf na te denken hoe u dit effect langer door laat werken. Praktische tips en trucs in pakkende video's zijn een goede manier om dit te doen. Video is een relatief goedkoop medium om uw doelgroep op een intensieve manier vast te houden. Voor het evenement kunt u bijvoorbeeld tien korte clips opnemen. Die worden gecodeerd naar een formaat waardoor ze vanaf internet direct beginnen te spelen. De ontvanger krijgt alleen een kleine mail met daarin een link naar de video. •

Meer weten?

Aaaaha! The Actor Factory BV
www.acteurs.nl / www.livecommunicatie.nl
 T 070 3921140