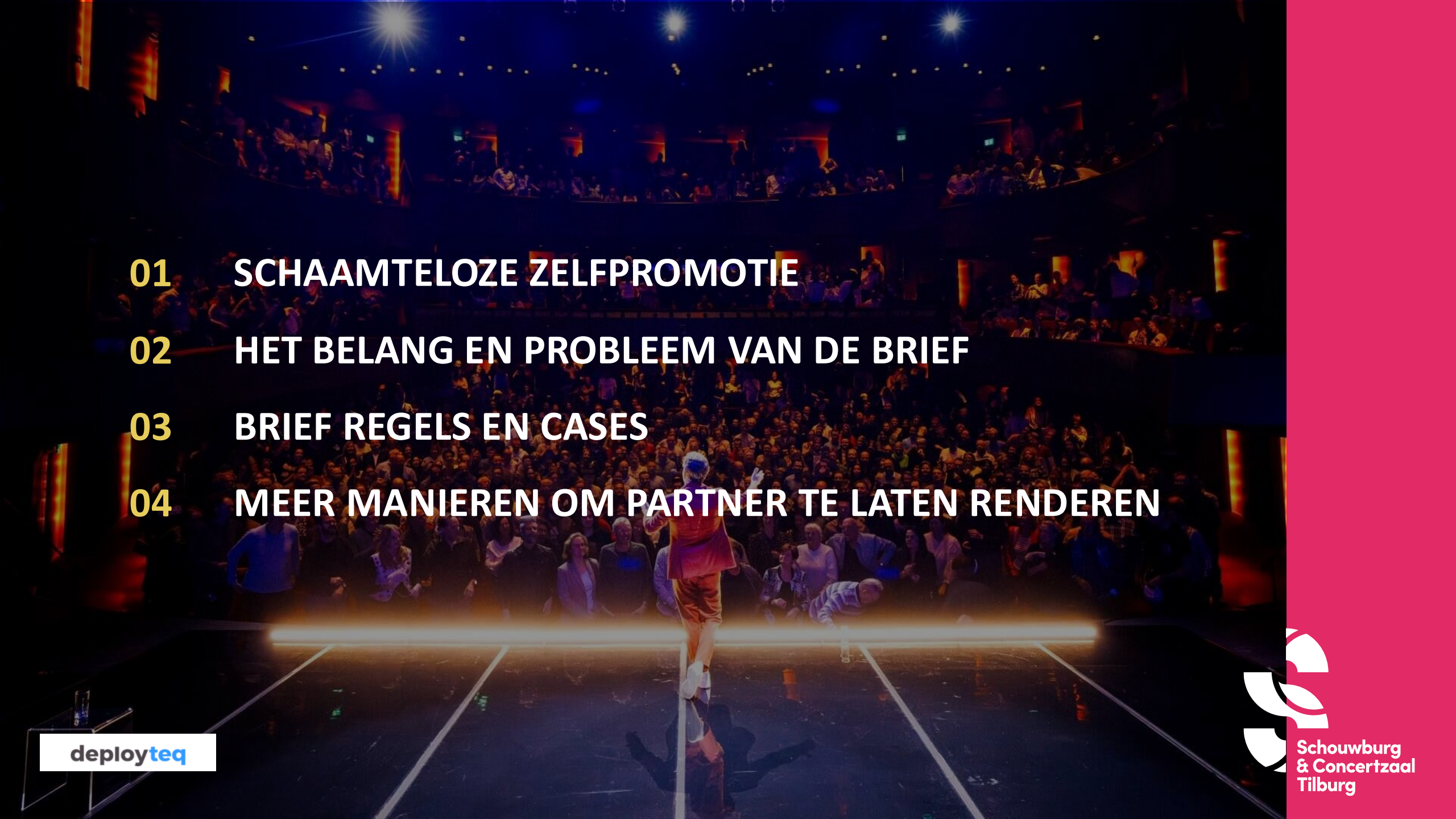


CAMPAGNES VERPESTEN VÓÓR LIVEGANG

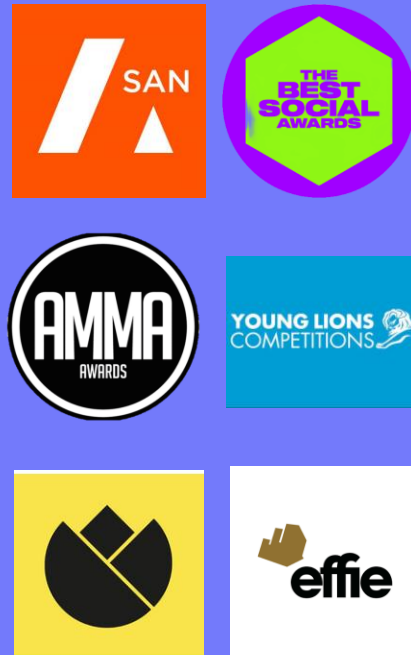
- 
- A large audience is seated in a theater, looking towards a stage. A person in a red jacket and orange pants is standing on the stage, facing the audience. The theater has multiple levels of seating, and the stage is lit with a bright horizontal light.
- 01** **SCHAAMTELOZE ZELFPROMOTIE**
 - 02** **HET BELANG EN PROBLEEM VAN DE BRIEF**
 - 03** **BRIEF REGELS EN CASES**
 - 04** **MEER MANIEREN OM PARTNER TE LATEN RENDEREN**

ROLLEN

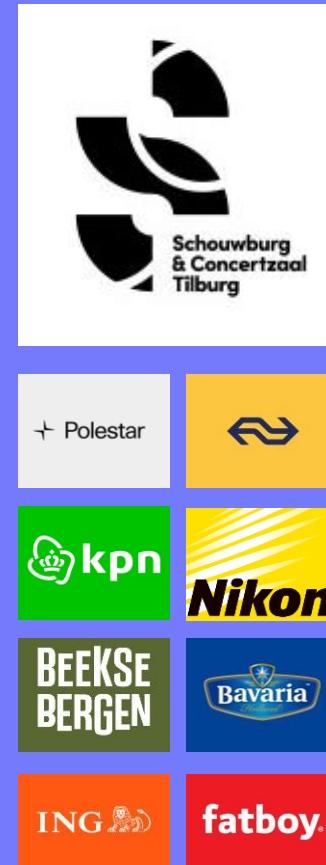
Head of Marketing
& Ticketing

Strategy director
Commsplanning director
Social strategist
Media strategist
Brand strategist
Comms planner

ERKENNING



MERKEN



Wat ik leerde

Geniale ideeën zijn maar zo goed als de executie

We zijn geobsedeerd met tactics, innovatie, kanalen
maar vergeten de fundamentals.

Effectief werk ontstaat vanzelf in een goed systeem en samenwerking

Schouwburg & Concertzaal Tilburg

- 400+ voorstellingen per seizoen
- Een nieuw stadscafé
- B2B proposities
- Eigen producties, Dansdagen Tilburg
- 5 marketeers + schil aan freelancers
- 4 structurele partners



The
Cre8ion
Lab



deployteq

intk



Schouwburg
& Concertzaal
Tilburg

CULTUREEL BRANDPUNT

deployteq



Schouwburg
& Concertzaal
Tilburg

LEEFREGELS

- 1. Bij S&CT ben je nooit alleen toeschouwer**
We mikken op minimaal 3 zintuigen en een 4^e muur
- 2. De ervaring van onze voorstellingen beperkt zich niet tot de zaal**
Ze leeft door in het hele huis. Ons ecosysteem
- 3. Je gaat anders weg dan je kwam**
Geraakt, verrast, geïnspireerd,
of je nu kwam voor een kledingmarkt, een toneelvoorstelling, een Iftar, een kop koffie in ons
stadscafé of spontaan binnen liep.
- 4. Wat we doen is doorvertelwaardig**
Het beklijft, een gevoel, een gesprek, een herinnering of een verhaal.
Vraag jezelf zou ik dit morgen vertellen aan iemand.

DE BRIEF

1. Wie wil rendement uit marketing budget?
2. In hoeverre is de brief daarin belangrijk?
3. Wie kan goede briefs schrijven?
4. Wie denkt dat diens bureau dat ook vindt?

Maar 3% agencies vindt de laatste 3 briefs goed

Base: All 1731



1/3 van marketing
budgetten gaat verloren
door slechte briefs

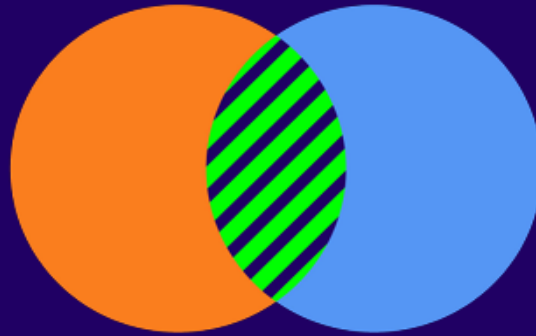


Marketers

Be clear on your strategy.

Use clear and simple language.

Don't send briefs to your agencies that you're not happy with.



Creative Agencies

Don't be silent.

Flag what's missing, clarify what's unclear with your clients.

Better briefs are your responsibility too.

CASE #1 SEXUELE DIEREN

Gezinnen met kinderen onder de 12 rondom een stad verleiden de dierentuin te bezoeken deze zomer.

En zorg dat progressieve Gen-Z'ers specifiek naar onze zomeravonden komen, waar we ze in een muzikale culturele setting leren over de seksuele diversiteit van het dierenrijk.

Waar moet je op challenges?



CASE #2 TOEKOMSTIG PERSONEEL ENERGIESECTOR

Maak een YouTube campagne die tieners overtuigt van het werken in de energiesector, omdat dit belangrijk is voor de toekomst van Nederland.

Wat kan hier beter?



Escape room | Power Up The Planet

5 kernregels om op te letten

1. Wees extreem duidelijk over het probleem
2. Maak je doelgroep specifiek en invoelbaar
3. Definieer het gewenste resultaat / picture of success
4. Houd het single-minded: 1 van alles
5. Geef strategische richting, maar schrijf de oplossing niet voor

Het Systeem

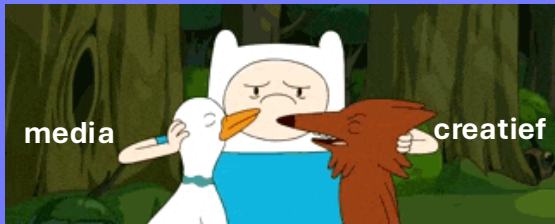
LET OUR POWERS COMBINE!

deployteq

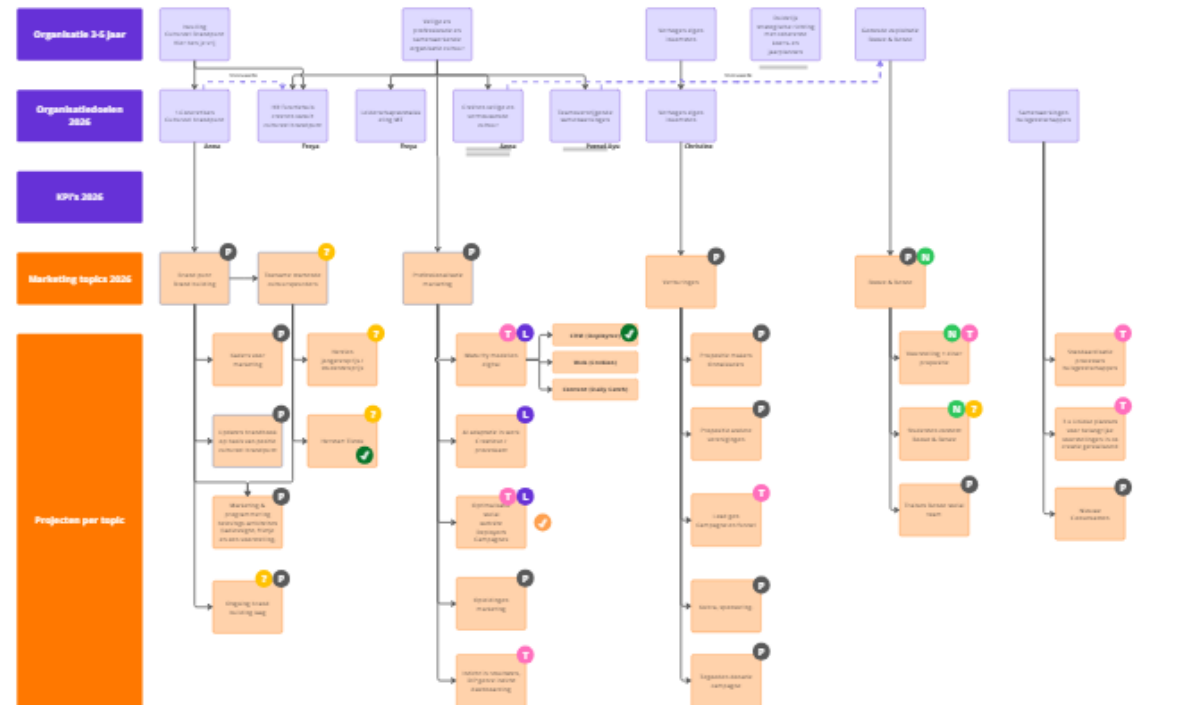


Schouwburg
& Concertzaal
Tilburg

Zet bureaus aan tafel bij elkaars discipline, in QBR's, en in de juiste fases van elkaars werk.



deployteq

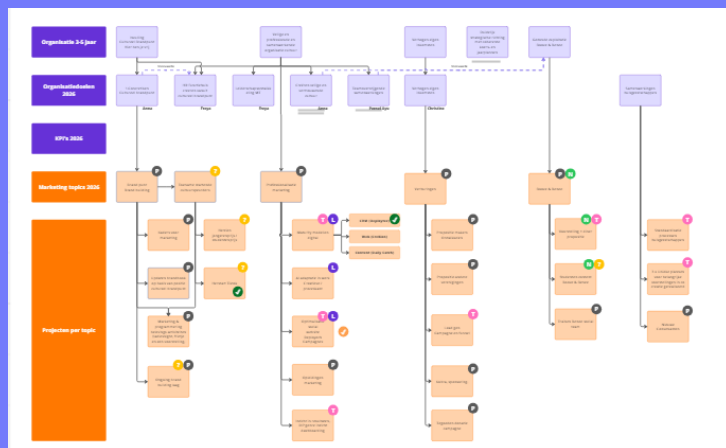
Marketing
projecten '25 / '26

7 Nieuwe medewerker G

De nieuwe versterking zal zich enerzijds focussen op het versterken van onze sociale, hultsej regie en heeft als doelstelling om nieuwe doelgroepen aan ons te verbinden met name startende cultuurspeunders.

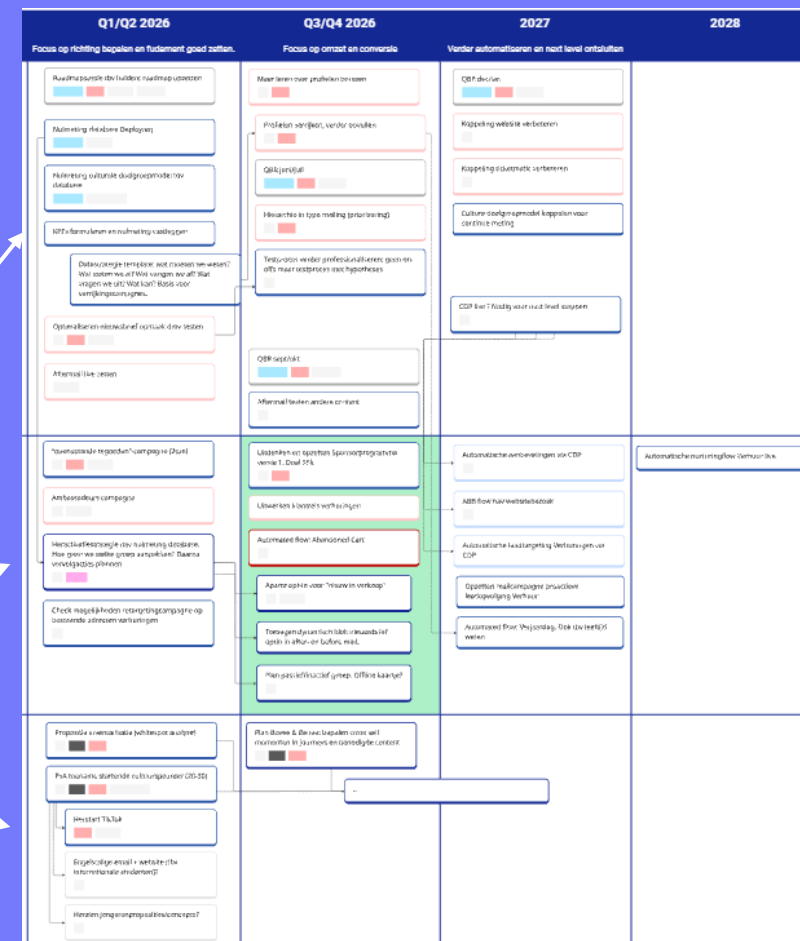


Jaarstrategie Schouwburg & Concertzaal Tilburg



Carijn haar vertaling Data & Automation strategie + 3 pijlers

Custom maturity model die elke QBR besproken wordt.



BENEFITS



LET'S BRIEF

Alle aanwezigen krijgen een Peski brief checklist.

Niks is van mij: theorie en onderzoek in deze presentatie is van Mark Ritson en
Better Briefs.

Zij bieden guidelines en trainingen



Schouwburg
& Concertzaal
Tilburg