

**VRAGEN EN DEFINITIEVE ANTWOORDEN**

**NIMA COMMUNICATIE-A2 EXAMEN**

**Copyright NIMA**

Nederlands Instituut voor Marketing  
Asserring 188  
1187 KL Amstelveen

Correspondentie adres:  
Postbus 9072, 1180 MB Amstelveen

**ANTWOORDEN NIMA COMMUNICATIE-A EXAMEN, MODULE A2****Antwoord vraag 1 (10 punten)**

## Communicatieplan

Onderdelen van het communicatieplan die zeker moeten worden genoemd zijn:

- Analyse in- en externe omgeving
  - De kandidaat hoeft dit niet in detail uit te werken, maar moet het wel noemen.
  
- Communicatieprobleemstelling
  - Er is onvoldoende bekend dat het theater vernieuwd is en dat er meer mogelijkheden zijn, niet alleen een avondje uit, maar ook arrangementen voor bedrijven. Bijdrage aan betere verkoop van kaarten etc., en verbeteren imago. De Spierij heeft nu een oubollig (verouderd) imago, het nieuwe theater is heel iets anders.
  
- Communicatiedoelgroepen
  - Inwoners in de regio (verzorgingsgebied) (te segmenteren naar abonneementhouders, ontvangers programmagidsen en anderen) –bezoekers-
  - Bedrijven in de regio (verzorgingsgebied) -gebruikers-
  - (Culturele) verenigingen in de regio (verzorgingsgebied) –gebruikers-
  - Eventueel plaatselijke regionale media (als intermediair)
  - Plaatselijke politiek

(segmenteren kan, maar kan ook in de strategie worden aangegeven)
  
- Communicatiedoelstelling
  - De doelstellingen moeten worden geformuleerd op kennis-, houdings- en gedragsniveau per doelgroep
  - Kennis: weten dat de Spierij helemaal is vernieuwd en nieuwe mogelijkheden biedt.
  - Houding: positief staan tegenover het nieuwe theater
  - Gedrag: informatie opvragen, gaan kijken tijdens de open dag, kaarten bestellen, etc.

De doelstellingen moeten kwantificeerbaar zijn, dat wil zeggen er moet een percentage worden genoemd en een tijdsbestek waarbinnen dat percentage moet worden gehaald.

- Strategie
  - De strategie is vooral informeren en overtuigen van de positieve kanten van het nieuwe theater.
  - Hier geeft de kandidaat aan of hij zijn doelgroepen gesegmenteerd, of gefaseerd benadert en geeft hij de periode aan waarin de campagne zich afspeelt
  - Hier geeft de kandidaat aan welk soort communicatie hij vooral inzet (Bijvoorbeeld free pulicity, advertising, dm met bestaande relaties, buitenreclame etc en of het accent op massa- of persoonlijke communicatie ligt e.d.)
  - Communicatiekruispunt van Van Ruler kan wel, maar strategie uitsplitsen naar:
    - publiek: accent op informeren
    - verenigingen en bedrijfsleven: informeren en overreden
- Boodschap
  - De Spielerij biedt vele mogelijkheden, van een compleet avondje uit tot een vergaderarrangement. En het theater is helemaal vernieuwd.
- Middelen

De genoemde middelen dienen een logisch gevolg te zijn van de strategie en aan te sluiten bij de bereiksmogelijkheden van de doelgroepen.

- Open huis
  - Soort Uitmarkt organiseren
  - Combi arrangementen (eten plus voorstelling)
  - Nieuwsbrief
  - Internetsite
  - Boeken via internet
  - Relatiemagazine voor het zakelijke deel van de doelgroepen
  - Stand op de weekmarkt
  - Ludieke actie bij de start van de kaartverkoop
  - Fraaie gids met de voorstellingen (vernieuwd)
  - Email nieuwsbrief voor abonneenthouders
  - Etc.
- Budget
    - Hoeft niet ingevuld te worden, beperkt.
  - Planning?
  - Uitvoering
    - De genoemde middelen ontwikkelen
  - Evaluatie
    - Zowel het proces als het resultaat moeten worden geëvalueerd

**Consistentie**

Het is vooral van belang dat de verschillende onderdelen een samenhangend geheel vormen, logisch en consistent (vooral in relatie met analyse en probleemstelling).

**Antwoord vraag 2a (2 punten)**

Huisstijl is de visuele presentatie van een organisatie volgens strikte voorschriften ten behoeve van een eenduidige herkenbaarheid. Basiselementen zijn naam/merk, kleur, lettertype en typografisch stramien.

**Antwoord vraag 2b (4 punten)**

- Herkenning, huisstijl is een visueel herkenningsteken
- Kan hulpmiddel zijn om het imago te verstevigen
- Sturend element, de huisstijl kan worden gebruikt om het imago beter 'in de markt' te krijgen
- Service en kwaliteit, huisstijl kan in de marketing een garantie betekenen voor dienstverlening en kwaliteit
- Bindend element, door middel van de huisstijl kunnen de verschillende huisstijlelementen op elkaar worden afgestemd
- Ordenend element, huisstijl ordent eveneens systematisch en in samenhang een groep bedrijven of producten als een geordende eenheid
- Identificatiemiddel, medewerkers die gemotiveerd zijn, identificeren zich met hun bedrijf en de producten en dus ook met de huisstijl.

**Antwoord vraag 2c (5 punten)**

- Modern theater
- Veel verschillende mogelijkheden
- Cultureel hart van Karspelen
- Moet uitstralen dat het om een culturele instelling gaat
- Moet kwaliteit uitstralen
- Frisse uitstraling
- Gastvrijheid
- Artistieke uitstraling

**Fout**

- Nieuw theater

**Antwoord vraag 2d (10 punten)**

- Vlaggen
- Programmagids
- Kaartjes
- Folders
- Kleding personeel
- Internetsite
- Briefpapier
- Enveloppen
- Serviesgoed
- Advertenties
- Visitekaartjes
- Placemats in het restaurant
- Menukaarten in het restaurant
- Posters
- (Logo op) het gebouw
- Vlaggen / spandoeken
- (Personeels)advertenties
- Wagenpark
- Stoelen(bekleding)

**Antwoord vraag 3a (5 punten)**

- Gemeentebestuur Karspelen
- Gemeentebesturen overige gemeenten in de regio
- Plaatselijke en regionale media
- Impresario's/artiestenbureaus
- Bekende artiesten
- Eigen medewerkers
- 'Buren'
- Architect nieuwe gebouw
- Aannemer nieuwe gebouw
- Etc
- Middenstand/ winkeliers
- VVV

Fout:

- Bevolking

**Antwoord vraag 3b (10 punten)****Conceptprogramma**

14.30 uur	Ontvangst gasten met koffie/thee
15.00 uur	Welkom door de directeur
15.15 uur	Toespraak Staatssecretaris
15.30 uur	Toespraak burgemeester Karspelen
15.45 uur	Openingshandeling
15.55 uur	Optreden
16.30 uur	Drankje hapje

Een mogelijkheid tot rondleiding kan ook opgenomen zijn in het programma.

**Antwoord vraag 3c (10 punten)**

Er wordt gevraagd naar een creatieve handeling met een relatie tot theater. Daarom scoort een standaardopening als het doorknippen van een lint niet.

**Antwoord vraag 3d (10 punten)**

In de lead moeten in ieder geval de vier w's (wie, wat, waar, wanneer) genoemd worden. Duidelijk moet zijn dat het bericht geschreven is voor de eigen regio.

**Bijvoorbeeld**

Donderdag ....., opent de staatssecretaris van Cultuur, mevrouw drs. E.A. Groothuis, het geheel nieuwe theater De Spierij in de gemeente Karspelen. De nieuwbouw was nodig omdat het oude theater niet meer aan de eisen van deze tijd voldeed.

**Antwoord vraag 4a (5 punten)**

- maken van flyers
- schrijven van een persbericht
- uitnodigen van de pers
- goede bewegwijzering
- representatieve kramen (kwaliteit uitstralen)
- voldoende programmagidsen
- informatiepunt
- voldoende parkeergelegenheid
- goede datum?
- herkenbaarheid medewerkers regelen
- uitnodigen van publiek
- plaatsen advertenties

**Antwoord vraag 4b (20 punten)**

Volledige openheid geven is het enige juiste antwoord. Er lopen zoveel mensen in het complex rond, dat de journalisten het toch te horen krijgen. Zelf het initiatief nemen is dan verreweg het beste. Hiermee kan je de berichtgeving ook nog sturen. Bovendien heeft het niets met uw organisatie te maken, het is in uw accommodatie gebeurd, maar is niet uw schuld. Als organisator moet u wel het voortouw nemen.

**Antwoord vraag 4c (10 punten)**

Omdat het bericht helemaal niet klopt, kan de directeur het beste even contact opnemen met de desbetreffende journalist en nog eens goed uitleggen wat er is gebeurd. Blijft hij bij zijn versie, dan kan u adviseren een persbericht uit te geven of eventueel een advertentie te plaatsen met de juiste toedracht. Niet op de spits drijven, door rectificatie te eisen, te dreigen, etc. Wil de journalist niet bewegen, dan zelf initiatief nemen.

**Antwoord vraag 5 (10 punten)**

- Hoeveel voorstellingen heeft u gezien?
- Vindt u het aanbod van voorstellingen afwisselend genoeg?
- Wat vindt u van de stoelen
- Heeft u voldoende beenruimte?
- Bent u tevreden over de procedure van de kaartverkoop?
- Gaat u vooraf wel eens eten in ons restaurant?
- Zo ja, bent u tevreden over de keuze/kwaliteit?
- Hoe ervaart u de wachttijden in de foyer in de pauze?
- Hoe vindt u de temperatuur in het gebouw?
- Wat vindt u van het parkeren?
- Vindt u de programmagids duidelijk genoeg?
- Hoe vindt u de e-mail nieuwsbrief?
- Heeft u nog suggesties?