

Omroep Zeeland Dé omroep van **Zeeland**





**Omroep Zeeland** Dé omroep van **Zeeland**

## Voorwoord

In tekst, beeld en geluid communiceren we interactief met onze doelgroep over alles wat hen interesseert en wat hen bezig houdt. Daar is iedereen het over eens. Maar over hoe we dat het beste doen en wie onze doelgroep is heeft iedereen een eigen opvatting. Waar staan we voor, wat doen we wel en wat doen we zeker niet, wie zijn onze kijkers, luisteraars en bezoekers en wat verwachten zij van ons? Om daar een duidelijk antwoord op te kunnen geven hebben we dit boek voor jullie gemaakt.

Met dit boek in de hand zetten we, samen met jullie, de koers uit voor de komende jaren. We bepalen welke doelen we als professionele organisatie willen bereiken en zullen duidelijk aangeven welke bijdrage jij daar zelf aan kunt leveren. Door op deze manier samen te werken kunnen we ons verder blijven ontwikkelen en zorgen we ervoor dat we onze kijkers, luisteraars en bezoekers optimaal bedienen en aan ons binden.

Omroep Zeeland: Zeeuws, betrokken, betrouwbaar en onderscheidend!

Wij gaan ervoor! Jij ook?

**Monique Schoonen en Edwin de Kort**  
**December 2011**

De smaak van Zeeland



Het gevoel van Zeeland



Het gezicht van Zeeland



De helden van Zeeland



## Zeeland

Volop ruimte voor bijzonder  
woongenot en een heerlijk  
buitenleven.  
En natuurlijk water, water  
en nog eens water!



## Dé omroep van Zeeland



# omroep zeeland

### **Omroep Zeeland**

- Eén van de best bekeken en beluisterde publieke regionale omroepen van Nederland!
- Dé omroep van Zeeland.

## Missie

Omroep Zeeland is de regionale publieke omroep van Zeeland. Hét Zeeuwse platform voor nieuws, nieuwtjes, achtergronden, cultuur, sport en evenementen. In tekst, beeld en geluid communiceren we interactief met onze doelgroep over alles wat hen interesseert en wat hen bezig houdt.

Omroep Zeeland staat bij iedere Zeeuw bovenaan als het gaat om nieuws en wetenswaardigheden in en over Zeeland.

## Kernwaarden

- **Zeeuws:** Omroep Zeeland laat de vele gezichten zien van Zeeland. Van Breskens tot Oud-Vossemeer, Van Axel tot Nieuwerkerk, Van Ede tot den Osse. Gevoel voor en kennis van de provincie. Op een manier die de Zeeuwen aanspreekt.
- **Betrokken:** Omroep Zeeland staat dichtbij de doelgroep en heeft een open en brede blik. We weten wat er speelt in Zeeland en laten dit zien op internet, radio en televisie. Snel en interactief.
- **Betrouwbaar:** Omroep Zeeland is dé regionale publieke omroep van Zeeland. Onafhankelijk, actueel en integer. Met aandacht voor de journalistieke kwaliteit.
- **Onderscheidend:** Origineel en verrassend. Uniek en eigen. Multimedial en Zeeuws nieuws eerst. We staan open voor nieuwe ontwikkelingen en zoeken bewust naar nieuwe wegen en mogelijkheden.

- Deze kernwaarden zijn intern bekend en worden gevoeld en gevoed door de hele organisatie. Van huisvesting tot personeel. Van nieuwsitem tot persbericht. Van mailing tot muziekkeuze.
- Deze kernwaarden zijn extern synoniem voor het gevoel van de doelgroep over Omroep Zeeland.

## De organisatie

Omroep Zeeland is een professioneel bedrijf met een ondernemende instelling. Jij en je collega's zijn betrokken bij het bedrijf, gaan informeel met elkaar om en luisteren naar andere meningen en ideeën. Omroep Zeeland is jouw bedrijf.

De omroep staat open voor nieuwe ontwikkelingen, zoekt bewust naar nieuwe wegen en mogelijkheden. Dit met het oog op onze ambities: snel, interactief, zichtbaar. Met een onderscheidend karakter.

## De programma's

Omroep Zeeland laat de vele gezichten zien van Zeeland. Op internet, radio en tv. Zeeuws en betrokken. Betrouwbaar en onderscheidend. Gewaardeerd door onze kijkers en luisteraars.

Nieuws, nieuwtjes, achtergronden, cultuur, sport en evenementen: professioneel gemaakt, met gevoel en met nieuwsgierigheid. Met aandacht voor de journalistieke kwaliteit, kennis van de provincie en op een manier die de Zeeuwen aanspreekt.

Onze Zeeuwen



## Doelgroep **alle** Zeeuwen



## Sleutelwoord

### **Wat bindt de doelgroep? Dit antwoord is eenvoudig.**

De bindfactor is Zeeland. Dat is ook meteen het sleutelwoord voor Omroep Zeeland: wonend in Zeeland en/of een band met Zeeland. Interesse in nieuws en alles wat er speelt in Zeeland. Omroep Zeeland speelt hier effectief op in door de inwoners van Zeeland zo snel en volledig mogelijk te informeren over alles wat er in hun provincie gebeurt.

Daarnaast staat Omroep Zeeland open voor nieuws, meningen en reacties van de doelgroep zelf. En laat dat ook zien!

## Van demografie naar lifestyle

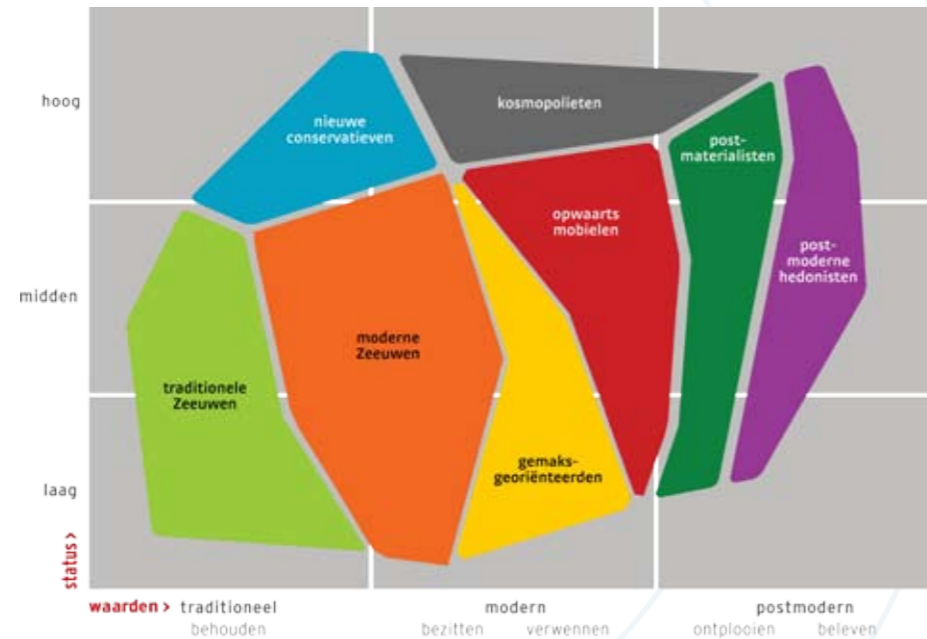
De maatschappij is in beweging. Consumenten zijn in toenemende mate grillig en onvoorspelbaar door het haast oneindige aanbod van mogelijkheden. Om een duidelijk beeld te krijgen van de doelgroep zijn demografische kenmerken niet langer toereikend.

Leefstijl, normen en waarden geven wel een goed beeld van de doelgroep. Hierdoor krijg je inzicht in wat doelgroepen beweegt, hoe trends ontstaan en in welke bredere context zij opereren.

Kortom lifestylesegmentatie! Dit geeft ons de juiste handvatten om programma's te maken.



## Lifestylesegmentatie



Nederland (en ook Zeeland) kun je verdelen in acht sociale milieus. Mensen uit hetzelfde milieu delen waarden ten aanzien van werk, vrije tijd en politiek. Ze tonen overeenkomstige ambities en aspiraties. Ieder milieu heeft een eigen leefstijl en consumptiepatroon, die tot uiting komen in concreet gedrag.

**Bron: lifestylesegmentatie door Motivaction**

- Ruim 15 jaar onderzoek.
- Landelijke omroepen werken er al ruim 5 jaar mee.
- Doelgroep regionale omroepen komt landelijk overeen: interesse in regionaal nieuws.

## De Zeeuwen

### De Zeeuwen

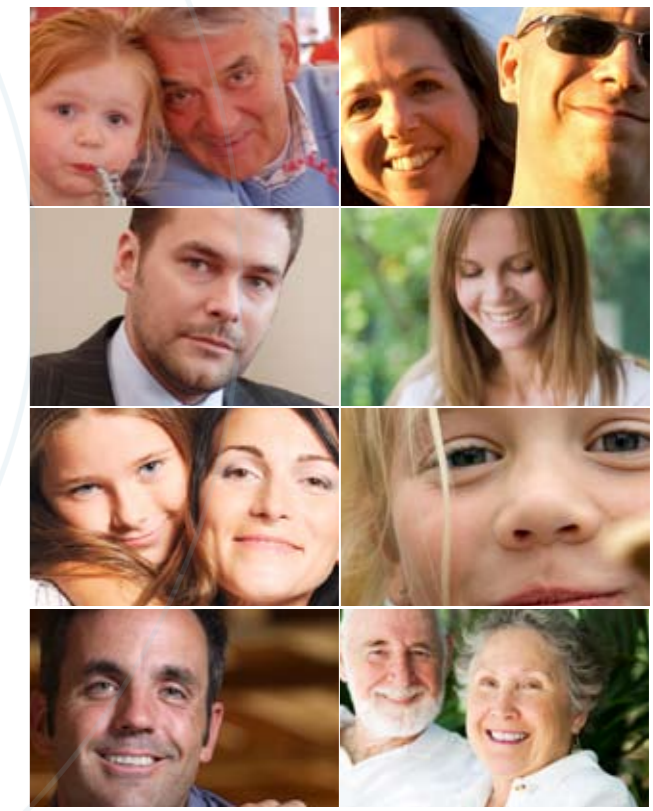
De grootste groep Zeeuwen behoort tot het segment Moderne Zeeuwen.

### Moderne Zeeuwen:

De conformistische, statusgevoelige Zeeuwen die het evenwicht zoeken tussen traditie en moderne waarden als consumeren en genieten.

Deze groep heeft specifieke kenmerken inzake kernwaarden, voorkeuren, persoonlijkheden, communicatiestijl, toonzetting, inhoud en kanalen. Het is van groot belang om te kijken naar deze kenmerken om zowel redactioneel, commercieel als op marketingniveau in te spelen op hun interessegebieden.

Met deze informatie kan Omroep Zeeland haar programma's en producten nog beter afstemmen op de wensen, interesses en behoeftes van de doelgroep.



## Kijkje in het leven van de Moderne Zeeuw

### Ambities:

- Balans vinden tussen traditionele normen, waarden en verandering.
- Gezin staat centraal.
- Status en aanzien verwerven.



### Maatschappij & politiek:

- Verlangen naar autoriteit en regels.
- Verlangen naar erkenning en waardering; zowel zakelijk als privé.



## Kijkje in het leven van de Moderne Zeeuw

### Werken & presteren:

- Zekerheid (hypotheek).
- Inkomen en uitdaging.



### Sociale relaties:

- Gezin en familie zijn heel belangrijk.
- Traditionele rolverdeling.



## Kijkje in het leven van de Moderne Zeeuw

### Leefstijl:

- Conformistisch en risicomijdend.
- Regelmatig leven.
- Consumptie en vermaakgericht.
- Materialistisch en statusgevoelig.
- Technologieminded.



### Tv-programma's:

- Nieuws & actualiteiten.
- Show & amusement.
- Gezondheid.
- Soaps.



## Kijkje in het leven van de Moderne Zeeuw

### Boeken:

- Leest weinig boeken, wel tijdschriften.



### Muziek:

- Top40.
- Pop Classics.
- Nederpop.



## Kijkje in het leven van de Moderne Zeeuw

### Internet:

- Bankzaken.
- Routeplanners.
- Vakantie & reizen.
- Nieuws & weer.
- Oververtegenwoordigd in het gebruik van websites over huizen, games, zwangerschap & opvoeding.



### Communicatiestijl:

- Voorkeur voor passieve nieuwsbronnen.
- Men loopt niet voorop, maar ook niet achter.



## Kijkje in het leven van de Moderne Zeeuw

### Toonzetting:

- Kernachtige informatie.
- Uitnodigend.
- Amuserend.
- Overtuigend.
- Laagdrempelig.
- Moeite met complexiteit.

## Kansrijke doelgroepen

Naast de primaire doelgroep (Moderne Zeeuwen) zijn er twee kansrijke doelgroepen; Gemaksgeoriënteerden en Opwaarts mobielen. Beide doelgroepen zijn kansrijk, omdat zij in de toekomst sterk zullen toenemen. Het is dus zinvol om naast de huidige doelgroep tevens aan te haken bij deze twee kansrijke doelgroepen.

Door ook rekening te houden met deze doelgroepen, speel je niet alleen in op de interesses van de primaire doelgroep, maar vaar je tegelijkertijd de juiste koers richting de toekomst.



## Gemaksgeoriënteerden

De impulsieve en passieve consument die in de eerste plaats streeft naar een onbezorgd, plezierig en comfortabel leven.

- Algemeen: vrij zijn en gemakkelijk leven – vermaak – weinig ambitie – geen verantwoordelijkheid - impulsief
- Tv-programma's: show & entertainment – speelfilms - muziek – soaps – reality tv
- Toonzetting: confronterend – amuserend – directief
- Muziek: Top40
- Boeken: jeugdboeken
- Kanalen: internet - televisie – telefoon – tijdschriften



## Opwaarts mobielen

De carrièregerichte individualisten met een uitgesproken fascinatie voor sociale status, nieuwe technologie, risico en spanning.

- Algemeen: carrière maken – sociale status verwerven – vrij van traditie en plichten – verlangen naar erkenning en waardering – impulsief - avontuurlijk
- TV-programma's: economisch – financieel – reality tv
- Toonzetting: kernachtig informeren – functioneel – uitnodigend – overtuigend – laagdrempelig
- Muziek: Top40
- Boeken: strips
- Kanalen: internet – televisie – telefoon – tijdschriften



## Overige doelgroepen

**Medewerkers** van Omroep Zeeland zijn professionals. Ze zijn trots op de omroep en doen hun werk met plezier. Zij zijn **DÉ** ambassadeurs van de omroep.

**Bedrijven en organisaties** zien Omroep Zeeland als een uitstekend kanaal om te adverteren en mee samen te werken op redactioneel of promotioneel niveau.

## Marketing & Communicatie

De marketingdoelstellingen sluiten aan bij en verwoorden de bedrijfsdoelstellingen. Ze zijn te verdelen in twee niveaus:

### **Beleving**

Een positief imago zowel intern als extern.

#### **Intern:**

Medewerkers zijn trots op de organisatie. Ze werken graag bij Omroep Zeeland. Ze zijn betrokken bij het bedrijf, gaan informeel met elkaar om en staan open voor andere meningen en ideeën. Ze omschrijven Omroep Zeeland als Zeeuws, betrokken, betrouwbaar en onderscheidend. Zij zijn DE ambassadeurs van de omroep.

#### **Extern:**

Omroep Zeeland wordt gezien als Dé omroep van Zeeland: Zeeuws, betrokken, betrouwbaar en onderscheidend.

### **Bereik**

Een groter marktaandeel en een sterkere aanwezigheid in Zeeland.

## Meten is weten

### **Hoe gaan we beleving en bereik meten?**

- Beleving is niet direct meetbaar, maar te peilen in imago- en tevredenheidsonderzoek. Zowel intern als extern.
- Bereik kan wel worden gemeten door: KLO-cijfers, webstatistieken, klantenpanel, knipselservice en straat-enquêtes.
- Financiële mogelijkheden.
- Tijd en veranderingspotentie organisatie & medewerkers.

## Randvoorwaarden

Om deze beleving waar te kunnen maken kan niet enkel 'de slagroom' ofwel Marketing & Communicatie worden ingezet.

Niets is zwakker dan jezelf profileren als iets wat je niet bent! Dodelijk voor je imago.

De beleving kan ook niet zomaar ontstaan.

Dit gebeurt met beleid en in fases zowel intern als extern en zowel op particulier als op zakelijk niveau.

## Positief Imago: Intern & Extern

### Intern:

- Professionaliseren pand; zakelijkere inrichting.
- Publiceren successen intern op beeld / canvas.
- Taart van de maand.
- Heldere communicatie: Insite.
- Doelgroep/stijlboek voor personeel.
- Presentaties/lunchbijeenkomsten bij nieuwe ontwikkelingen.
- Zichtbaarheid kernwaarden in pand op canvassen / in letters.
- Personeelsmagazine / nieuwsbrief voor en door medewerkers (Insite).
- Twee maal per jaar een borrel/feest. Organisatie in samenwerking met de afdeling Marketing & Communicatie (MC).
- Kerstgeschenk passend bij de kernwaarden (in samenwerking met MC).

## Positief Imago: Intern & Extern

### Extern

- Professionele middelen tbv zakelijke markt (leaflets, brochures, presentatie-layout).
- Professionele fotoshoot Staf, presentatoren radio & tv, Raad van Toezicht, Programmaraad, redacteurs die in beeld komen. (foto's op website, vorkjes, bij persberichten, in jaarverslag etc.).
- Corporate Story op website wij-gevoel op de website.
- Brochure tbv nieuwe medewerkers: van kernwaarden tot huisregels.
- Bedrijfsfilm up-to-date passend bij de kernwaarden.
- Rondleidingen professionaliseren (lekkernij, brochure, bedrijfsfilm, cadeautje).
- Jaarlijkse relatieavond/middag: medeorganisatie door MC.
- Kerstgeschenken relaties / kerstgroet.
- Open dagen: organisatie door MC.
- Professionaliseren pand (canvassen van successen & zakelijkere inrichting).
- Huisstijlbewaking door MC.
- Aanwezigheid op evenementen.
- Bedrijfskleding.
- Tweejaarlijkse corporate campagne /tweejaarlijks programmering distribueren.
- Zomertour stranden (radio op locatie) met promoteam.



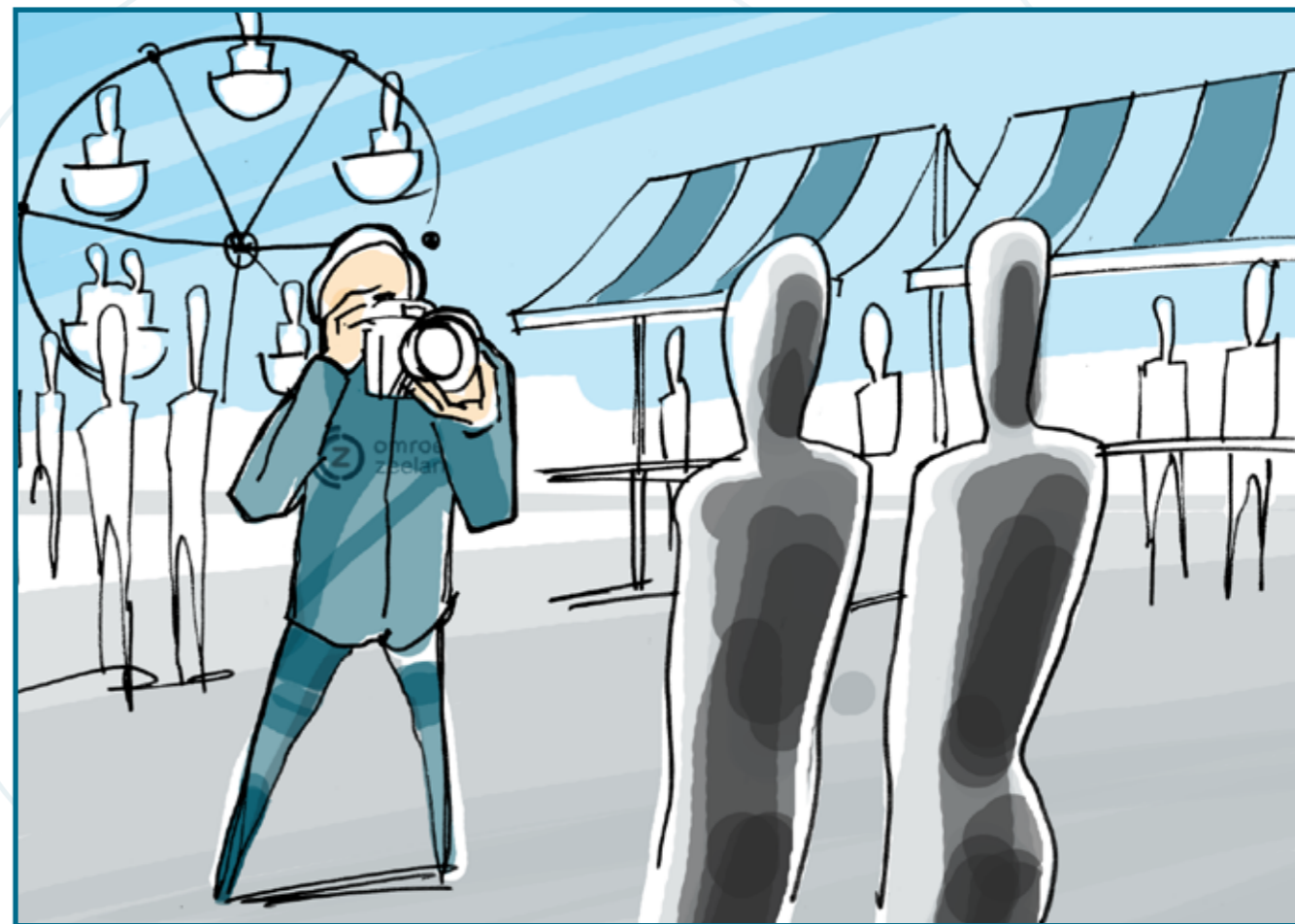
Hoe zou dit eruit kunnen zien?



Opname op locatie zowel radio als tv



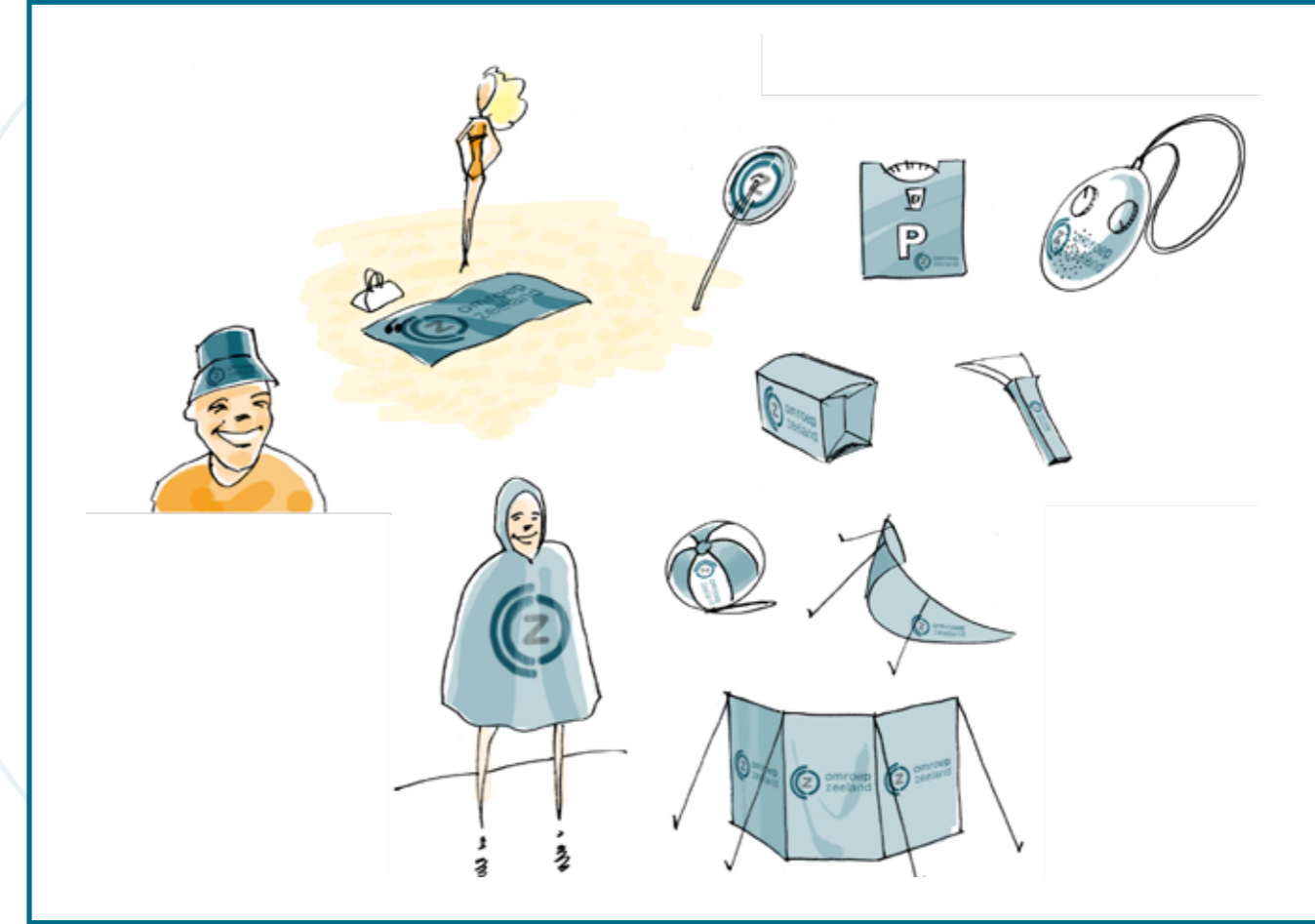
Professionele kantine met toevoeging van de kernwaarden



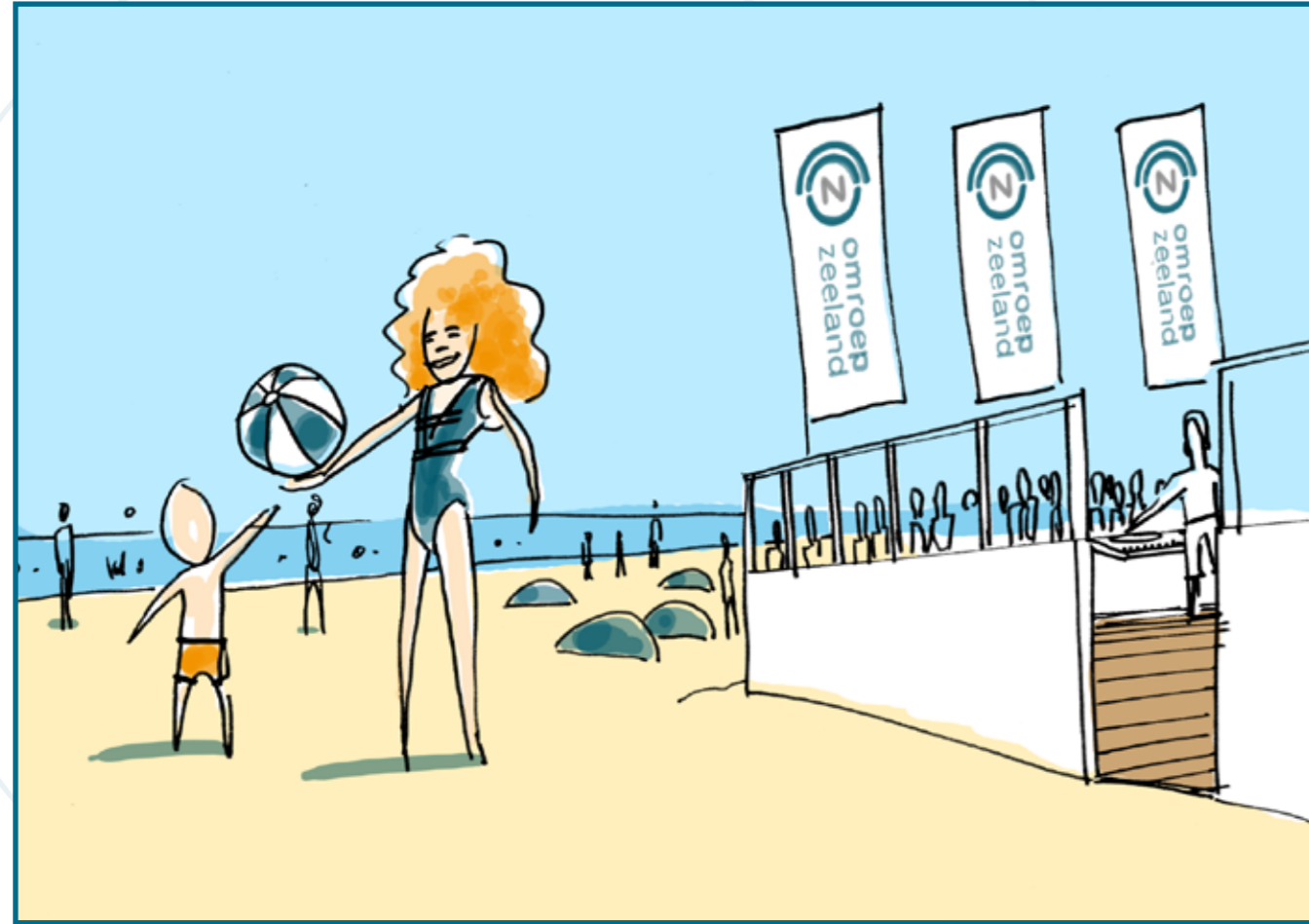
Op een evenement: fotograaf in actie, cameraman in bedrijfskleding,



Promoteam met programmering in stad



Impressie van mogelijke giveaways



Strandtour; radio op locatie met aankleding Omroep Zeeland, promoteam, strandballen, Omroep Zeeland-windschermen



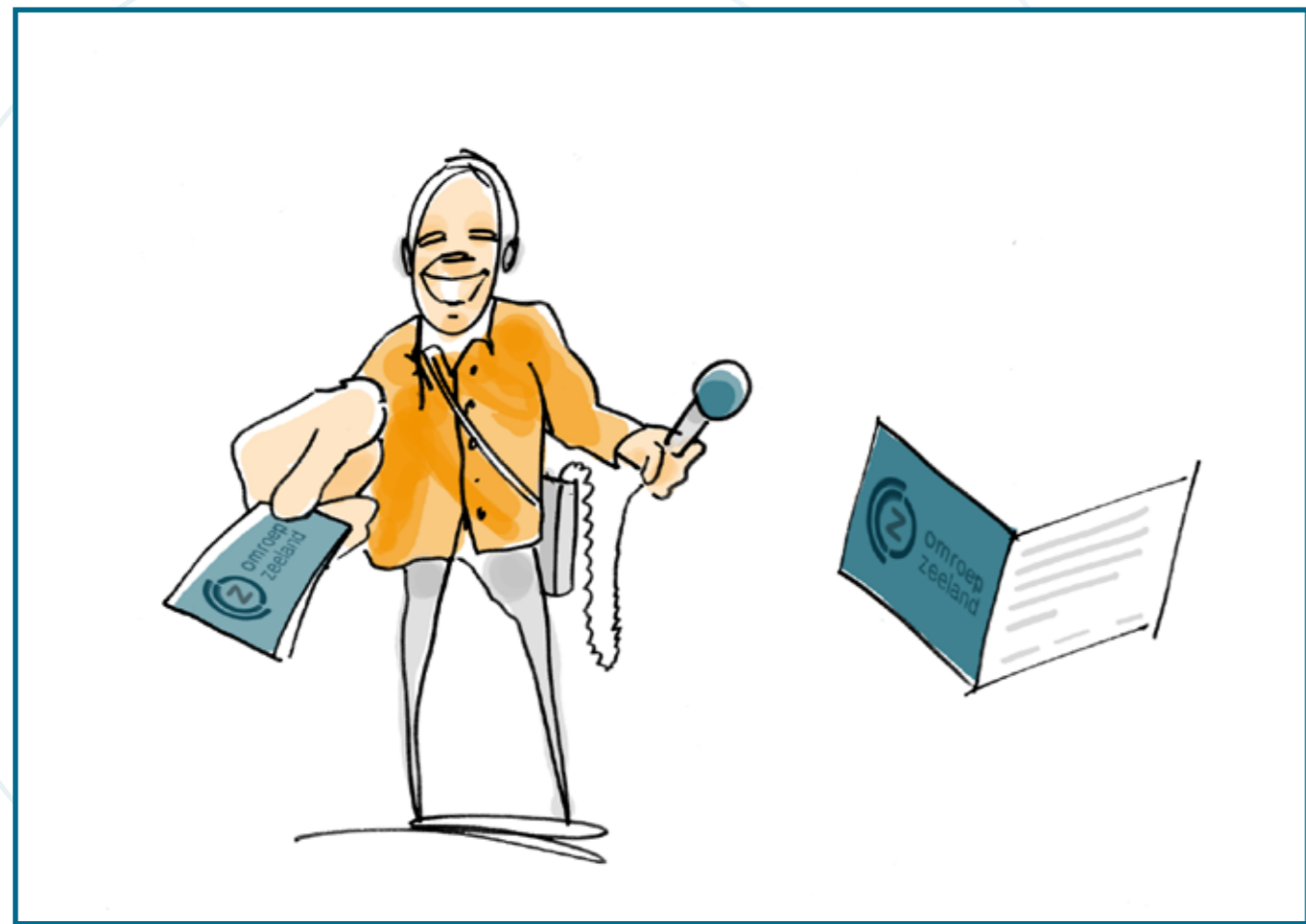
Impressie van een beursstand



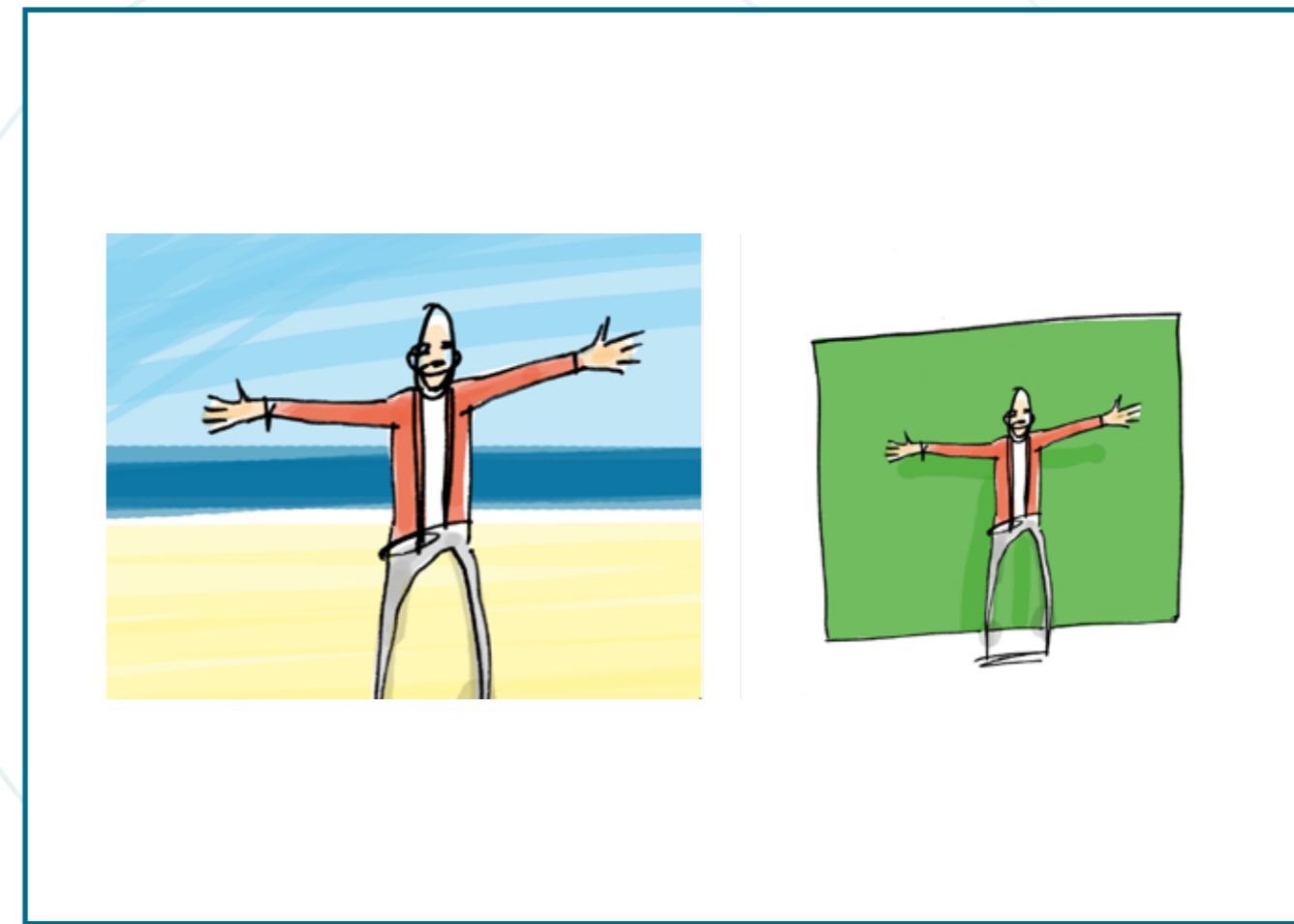
Impressie van website met nieuwe stijl passend bij missie, visie en kernwaarden



Corporate campagne met gezichten



Verslaggever met visitekaartjes van Omroep Zeeland. Natuurlijk met programmering / uitzendschema



Door bekende Zeeuwen in te zetten ter promotie van programma's versterken we het merk Omroep Zeeland.  
Bijvoorbeeld Bløf

Wij gaan ervoor, jij ook?

