

4 juni 2024 – door Mohamad Aboafan.

Intro

PS Theater is bezig met de ontwikkeling van een theaterstuk “Moed” met Mahfoud. Ze willen ervoor zorgen dat er voldoende jongeren en docenten naar het stuk komen. Ze hebben Vera gevraagd mee te denken. Vera heeft aangegeven dit graag ook met de kracht van de jonge helden bij Studio Moio te doen. Ik – Mohamad – wil proberen ook zoveel mogelijk jongeren naar de voorstelling te krijgen. Ik heb dat nog nooit eerder gedaan, maar het lijkt me wel een mooie uitdaging en een goede oefening voor mij. Ik wilde graag een target, zodat ik ook echt voel hoe het is om het voor elkaar te krijgen. Ik heb die nu niet echt, maar het lijkt me toch leuk als ik zoveel mogelijk jongeren bereik. Ik ben blij met 100-150 jongeren die via mij komen.

Vraag

De vraag van PS Theater is: “We willen graag een goede vulling van het theaterstuk Moed van Mahfoud met ook veel jongeren en docenten.” Onze “gewone” doelgroep komt wel, maar hoe bereiken we de andere groepen?

Uitvoering

Mohamad gaat hierin initiatief nemen en werken, met andere collega's, om hierover na te denken en actievoorstellen te doen.

Het belangrijkste vind ik dat jongeren zichzelf, een situatie of iets hieruit herkennen. Dat doen we door een aantal belangrijke elementen te gebruiken bij de marketing.

a. Gebruik van **gemeenschappelijk referentiebeeld**.

- **Mees Kees**. We zijn daar mee opgegroeid, bijna iedereen heeft wel herinneringen aan deze serie, boek, film. Door daarmee te associëren, snappen we meteen waar de Show van Mahfoud over gaat. Daarom een persiflage op Mees Kees met nagemaakte beelden met Moes Koes en Ver Kaas in de “hoofdrol”. En met een QR-code naar de aankoop van tickets.



Ken je Mees Kees nog? Die serie weet je wel? Nou wat je daar ziet, gebeurt wel vaker. En nu is het docent Mahfoud die met hart en ziel les geeft. Maar hij vraagt zich af of hij nog wel door wil. Hij heeft er een show van gemaakt en wil graag publiek dat mee denkt of hij wel of niet door moet gaan. Geef je hem steun? Kom naar zijn show.

Moed met Mahfoud



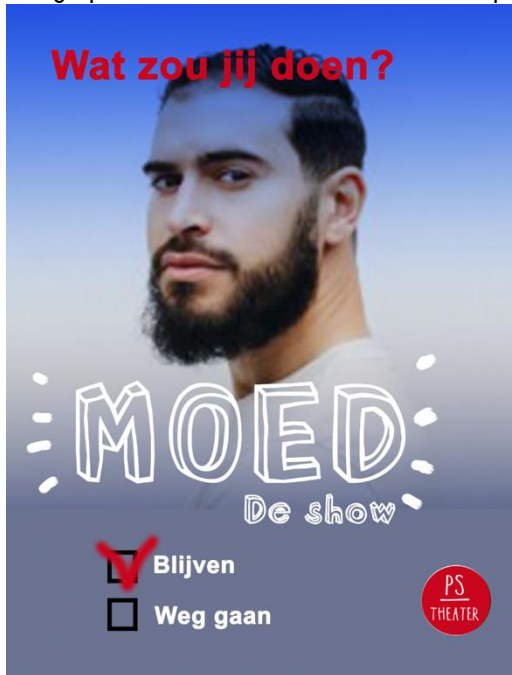
- Mahfoud heeft meegedaan aan mocromaffia, en aan andere vette dingen. Hij heeft op zijn site een toffe trailer staan. Het zou waardevol zijn, als hij ook een intro maakt, waarin hij vertelt waar hij allemaal in heeft gespeeld en waarom hij nu deze show maakt en juist ook jongeren vraagt om te komen.

De showreel van Mahfoud.

https://youtu.be/L8_ox0ELoSsk

b. Gebruik **passende woorden**.

Voor jongeren is een “show” een beter woord dan “theaterstuk”. Het is een show, een verhaal van Mahfoud. Dus waarom zouden we het in de communicatie naar jongeren niet zo noemen. En we hebben ook gespeeld met een actueel thema dat er op lijkt en je iets op het verkeerde pad zet. Zie links.



c. Hedendaagse **rolmodellen**:

Sloegie (Jawad es Soufi) is op dit moment een van onze helden, een waar we zeker wel voor zouden betalen. Sloegie is een comedian/cabaretier die sketches maakt en ook docent is geweest. Hij maakt grappige filmpjes en doet ook aan theater. Het zou helpen als Sloegie ook aangeeft in een korte sketch dat hij de show van Mahfoud aanraadt of nog beter, samen een korte sketch maken.

Sanne Wallis de Vries heeft ook een herkenbaar hoofd uit Mees Kees, zij zou dat ook kunnen doen.

d. **Ludieke marketing**:

- Een beetje gekke marketing die je niet verwacht is wel tof: bijvoorbeeld, het uitdelen van een “pakje kleurpotloden” in een verpakking die lijkt op sigaretten. Doordat het onverwacht is, tegelijk ook refereert naar hoe ongezond een schoolomgeving voor een docent kan zijn, ga je er langer over denken. De kleurpotloden zijn dingen die jongeren wel ook willen hebben en tegelijk is het een beeld naar de kindertijd, naar vrij denken en spelen wat vaak ook niet meer zomaar mag op school. De vrijheid is weg. En zo herkent de jongere ook een beetje de docent.



- Door de stad plekken met crime scene zones, met afzetlint “**Another teacher down**”, met ook zo’n witte krijtfiguur op de straat. Dit willen we in real life doen, bij stationsplein, scholen,



- En dit soort posters zou ook geweldig zijn.



En hier de **cardboards** die we maakten van Mahfoud en voor de fun ook van de stand-in-regelbewaker. Die kunnen we overal neerzetten. De leuke docent en de regelbewaker



e. **Gebruik de plekken waar jongeren zijn.**

- In de **El Cid week** komen veel jongeren. Dan zou het te gek zijn als er door de stad kleine sketches worden gespeeld door Mahfoud. Kleine openluchtshows van een paar minuten om aandacht te vragen voor de Show. Huigpark is daarvoor een goede plek vaak. En daar is ook ruimte voor het geven van shows.



- **Ludieke marketing op de scholen zie boven voor de vormen en dan op scholen.**

- **Targetten opleidingen die iets met onderwijs hebben:**

Er zijn verschillende opleidingen voor wie dit interessant is, vanwege de inhoud.

Mbo: kinderopvang, onderwijsassistent, pedagogisch medewerker, social worker,

hbo: pabo, lerarenopleidingen, social work

wo: academische pabo, pedagogische wetenschappen,

artist educators van kunstopleidingen.

Er zijn veel opleidingen op mbo en ook op pabo waar jongeren zitten die iets met onderwijs willen.

Dit is een toffe show om ze ook in het echt te laten nadenken over dilemma's die je in het onderwijs meemaakt.

f. Maken van **korte "grappige sketches"** die herkenbaar zijn. 20 s. sketches.

Kunnen we ook maken met onze filmmakers, samen de sketches te bedenken.

https://www.instagram.com/reel/C56jYZCKHEK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA

≡

KOSTEN/KANALEN

g. Social media

Adverteren:

- Instagram kost 0,20 - 6 euro per klik
- TikTok kost 1 - a 30 euro per 1000 vertoningen (in feed ad)

Filmpje op eigen kanaal:

- Gratis

Overzicht relevante kanalen

- TikTok (zitten veel jongeren op)
- Instagram (zitten veel jongeren op) is iets overzichtelijker

Planning en idee video (hoeveel video's, hoe breed wil je ze uitzetten, planning van de video's)

-begin augustus (ongeveer 3 weken van tevoren) starten. 1 a 2 filmpjes per week.

In totaal ? video's