

Marketing training geïnspireerd door kunst.

Groepstraining
Gids voor trainers

Leerdoelen en resultaten van deze training:

LEERDOELEN	RESULTATEN
<p>Traineren in het ontwikkelen van een marketingplan. Marketingtechnieken en tools kiezen om een product op een creatieve manier te promoten Dit dmv gebruikmaking van kunst</p>	<p>Deelnemers zijn beter in staat om een marketingplan op te stellen en te implementeren waarin marketingstrategieën en -tools worden geïdentificeerd.</p>
<p>Traineren in het marketingproces: Marktonderzoek en analyse Identificatie van de kenmerken van de markt Strategieplanning en methodekeuze.</p>	<p>Deelnemers zijn beter in staat om een marketingplan op te stellen volgens het juiste proces, door effectieve acties en creatieve oplossingen te ontwikkelen.</p>
<p>marketingvaardigheden: Identificeren, anticiperen en voldoen aan de behoeften en wensen van klanten op een creatieve manier.</p>	<p>Learners will have understood how to use a “think out of the box” strategy in order to analyse the target market and promote the product as the answer to the target buyers’ needs and wants.</p>

Gebruikte methoden tijdens de training



**Korte inleiding rondom
Marketing en het kunstwerk**



Observatie



Zelf-reflectie and zelfstudie



Discussie

Groeptrainin gPlan:

Duur: 5 uur

Benodigde materialen:

- Laptop en projector
- Handouts met het kunstwerken/literatuur
- Papier, pennen, kleurpotloden
- Event. benodigdheden voor de icebreaker

DIGITALE ONDERSTENING (optioneel)

- Voor de brainstorming en discussie; **Miro**
- Voor ddeelname aan de eindevaluatie; **Mentimeter**

Groeptraining & Structuur & materialen

*Onderwerp:
Marketing*

STRUCTUUR

1. Ice-breaker die verband houdt met het onderwerp "marketing"
2. Inleiding tot markering: waar gaat deze vaardigheid over en hoe verwerven en gebruiken we deze?
3. Inleiding tot het geselecteerde kunstwerk/literatuur en analyse van de bijbehorende informatie.
4. Discussie
5. Interpretatie van het kunstwerk/literatuur
6. Analyse van elementen van het kunstwerk/de literatuur
7. Marketing door de lens van het kunstwerk/literatuur
8. Conclusies
9. Samenvatting van marketingvaardigheden

MATERIAAL

1. Groeptraining gids
2. Database van kunstwerken & literatuur
3. Links naar bronnen en aanvullend informatiemateriaal over het kunstwerk/literatuur
4. Methodologie hoe kunst en literatuur toe te passen Training, onderwijs, creativiteit & innovativiteit

Tijdschema voor de training

N.	Activities	Dedicate time
1	Ice-breaking activities related to lead to the “marketing” topic	90 minutes
2	Introduction to marketing: what is this skill about and how do we acquire and use it?	30 minutes
3	Introduction to the selected piece of art/literature and analysis of the related information materials.	45 minutes
4	Guided discussion: <ol style="list-style-type: none"> 1. Interpretation of the piece of art/literature 2. Analysis of the piece of art/literature’s elements 3. The topic through the lens of the piece of art/literature 	1.45 minutes
5	Conclusions	30 minutes
6	Marketing skills recap	30 minutes
	COMPLETE LESSON PLAN	5 hours

1. Ice-breaker

De Ice-breaker dient om het gesprek naar het marketing-onderwerp te leiden. U moet vragen stellen om hun standpunt, hun ervaring en kennis over het onderwerp te delen:

1. Als u een product moet verkopen, hoe promoot u dan bij uw klanten? Weet je van "marketing"?
2. Heb je ervaring met het toepassen van een "marketingstrategie" om een product te promoten?

De Ice-breaker kan worden geleid door het gebruik van games om deelnemers zich vrij te laten voelen om hun gedachten te delen en te brainstormen. Dixit kaartenspel is een effectief hulpmiddel voor deze activiteit, maar andere spellen zijn ook bruikbaar.

Dixit kaarten

Spread de kaarten uit met de afbeeldingen naar boven op de tafel. Laat iedereen in de groep één kaart kiezen die past bij hoe ze zich nu voelen of wat hun verwachtingen zijn voor de rest van de training.

Ga rond, laat iedereen zich presenteren en laat ze uitleggen waarom ze deze kaart hebben genomen, wat voor soort gevoelens of emotie dat beeld heeft opgeroepen. Het is een gemakkelijke manier om mensen aan het praten te krijgen, omdat ze een beeld hebben dat hun verhaal ondersteunt. Het spel creëert een sfeer waarin deelnemers naar elkaar luisteren en praten over persoonlijke gevoelens in een veilige omgeving.

2. Introductie in Marketing

MARKETING

U gaat het onderwerp aan de cursisten introduceren:

Marketing verwijst naar activiteiten die een bedrijf onderneemt om de aan- of verkoop van een product, dienst of goed te bevorderen. Op fundamenteel niveau is marketing het proces van het begrijpen van klanten en het opbouwen en onderhouden van relaties met hen. Het is een van de belangrijkste componenten van bedrijfsbeheer en handel. Marketeers kunnen hun product doorverwijzen naar andere bedrijven (B2B-marketing) of rechtstreeks aan consumenten (B2C-marketing). Ongeacht aan wie de markt wordt gebracht, zijn er verschillende factoren van toepassing, waaronder het perspectief dat de marketeers zullen gebruiken. Bekend als marktorientaties, bepalen ze hoe marketeers de planningsfase van marketing zullen benaderen.

De term marketing, wat algemeen bekend staat als het aantrekken van klanten, bevat kennis die is opgedaan door het bestuderen van het beheer van uitwisselingsrelaties en is het bedrijfsproces van het identificeren, anticiperen en voldoen aan de behoeften en wensen van klanten.

Het marketingplan proces;

1. Marktonderzoek
2. Marktidentificatie
3. Marktanalyse
4. Definitie van een marketingstrategie
5. Selectie van de marketingmethoden en -instrumenten
6. Marketing campagne planning
5. Lancering marketingcampagne

3.1 Korte introductie van het kunstwerken de observatie

ARTWORK 1: Installatie

TITEL: The Bright Beneath

ARTIEST: Shih Chieh Huang, 2011

BESCHRIJVING:

Kunstenaar Shih Chieh Huang creëerde deze installatie geïnspireerd op bioluminescentie bij zeedieren.

Hij deed wetenschappelijk onderzoek samen met wetenschappers, bestudeerde en documenteert monsters die licht produceren om te overleven.

Het resultaat was geen getrouwe biologische reproductie van de bestudeerde dieren, alleen de emoties worden gereproduceerd in de installaties: verbazing, creativiteit en verbeelding. De kunstenaar bereikte zijn doel met behulp van lampen, plastic buizen ahangsels en computeronderdelen.



3.1 Korte introductie op het kunstwerk en observatie

ARTWORK 2: Schilderen

TITEL: De laatste kus van Romeo en Julia

KUNSTENAAR: Francesco Hayez, 1823

BESCHRIJVING:

Hayez's schilderij is ontleend aan de tragedie van William Shakespeare en toont het afscheid tussen de twee geliefden. Het schilderij was een buitengewoon succes dankzij de nieuwigheid van het onderwerp en de picturale taal, maar het veroorzaakte ook opschudding in de samenleving van die tijd, omdat de scène werd beschouwd als sterke erotiek.



4.1 Interpretatie

Kunstwerken interpreteren

Vraag deelnemers om te beschrijven wat ze zien/voelen/begrijpen van de geselecteerde kunstwerken/literatuur.

De focus van de discussie ligt op het delen van persoonlijke opvattingen, gevoelens en gedachten van deelnemers over het kunstwerk/literatuur. Het doel is om deelnemers aan te moedigen hun mening te delen, er zijn geen verkeerde antwoorden.

Mogelijke vragen:

Hoe doet dit kunstwerk je denken en voelen?

Wat denk je dat de kunstenaar wil communiceren?

Wat is volgens jou de focus van de aandacht van de kunstenaar?

Voor welke uitdagingen heeft de kunstenaar gestaan bij het maken van het kunstwerk?

4.2 Analyse

Illustraties analyseren

Begeleid de analyse door gebruik te maken van de elementen die in het kunstwerk/literatuur zijn vertegenwoordigd. Begeleid de deelnemers in een discussie die leidt tot het Marketing-onderwerp.

Mogelijke vragen:

1. Zit er iets in dit kunstwerk dat je doet denken aan enkele kenmerken van de marketing?
2. Zijn er elementen in dit kunstwerk die je kunt relateren aan het proces van een marketingstrategie? Wat zijn het en hoe/waar kun je ze vinden?
3. Zou je het marketingproces kunnen beschrijven door middel van dit kunstwerk?

Ondersteuning

Optioneel kunt u de deelnemers voorzien van de ondersteuningsanalysetools die zijn gekozen op basis van het onderwerp en het kunstwerk/literatuur.

Deze worden gecombineerd met het aanvullende informatiemateriaal over de kunstwerken/literatuur in de database.

KUNST- EN LITERATUURTOOLS

Hoe analyseer je een kunstwerk/literatuur?

1^e:

- Zelfreflectie door een kunstwerk/literatuur
- Kleur en vormen symboliek gerelateerd aan de context (in de kunst)
- Plotstructuur of schrijftechnieken (in de literatuur)

2^e:

- Historische en milieucontext
- Kunstwerk en/of kunstenaarsgeschiedenis

TOOLS VOOR ANALYSE VAN BEDRIJFSONDERWERPEN (theoretisch kader)

Hoe het onderwerp te analyseren?

Kernpunten van bedrijfs- en marketingstrategie ondernemersvaardigheden en praktijkvoorbeelden.

4.3 discussie: Marketing door de lens van het kunstwerk

Begeleid deelnemers in een discussie over het onderwerp door de lenzen van de kunstwerken.

Openingsvraag:

- Waar vinden we de kenmerken of processen van marketing in dit kunstwerk?

Om deze discussie te begeleiden, kunt u de ondersteuning gebruiken van een of meer van de volgende activiteiten:

- ❖ Q&A sessies – over Marketing en de kunstwerken/literatuur
- ❖ Mindmaps over het onderwerp Marketing
- ❖ Vragenkaarten over de kunstwerken/literatuur
- ❖ Quizzen over Marketing en over de kunstwerken/literatuur
- ❖ Praktische oefening om hun eigen versie van kunstwerken te tekenen / schrijven rondom Marketing.

Verzamelen antwoorden van deelnemers en luister naar hun verschillende analyses en uitwerkingen.

Quiz kaarten (kunstwerk 1)

kunstwerk

De kunstenaar heeft onderzoek gedaan naar bioluminescentie bij zeedieren.



Marketing

Het marktonderzoek is de eerste stap

Kunstwerk

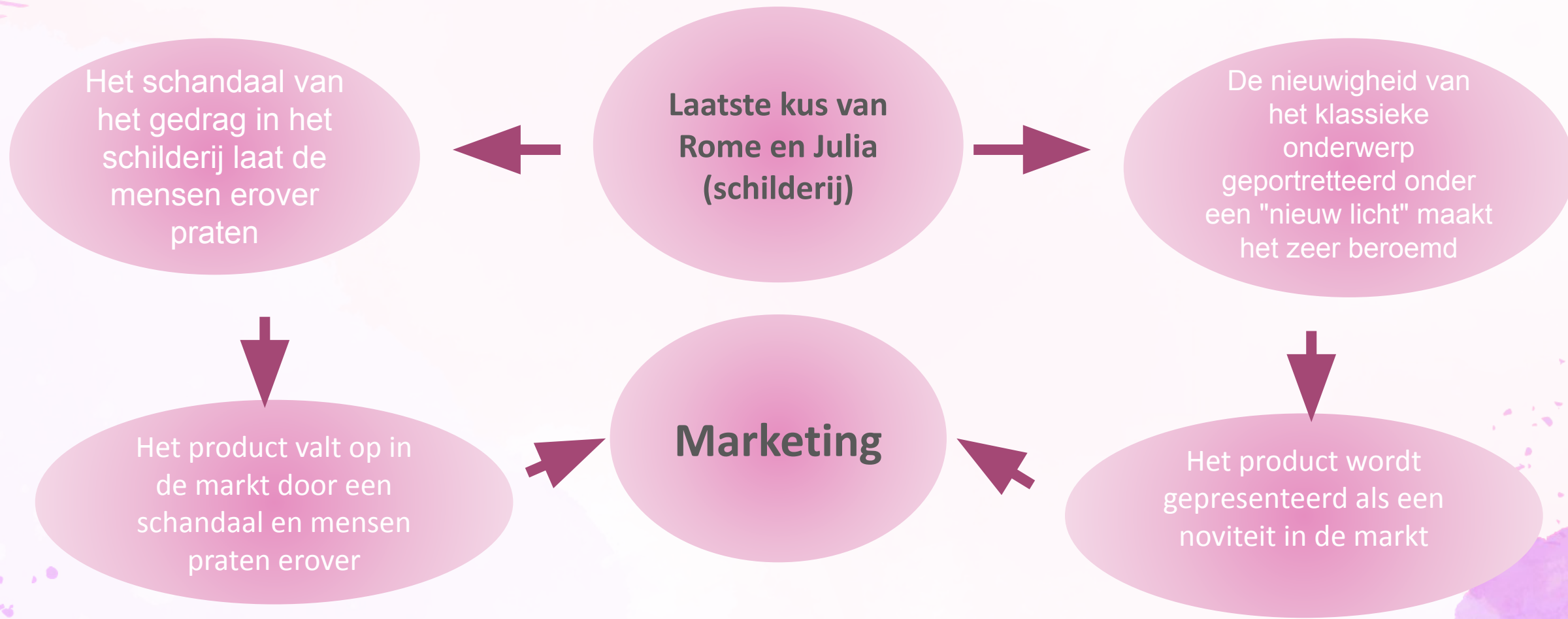
Bioluminescentie inspireerde de creatie van levende verlichtings-systemen en die de manier waarop we de wereld verlichten zou kunnen veranderen.



Marketing

Marketing kan inspiratie van buitenaf halen om een product bij zijn klant te promoten en onder een ander licht te plaatsen.

Mind map (Kunstwerk 2)



5. 1 Conclusies

(Kunstwerk 1)
Aan het einde van de activiteit heb je de deelnemers begeleid in zijn/haar interpretatie van het kunstwerk, uitlegged hoe hij/zij het onderwerp ziet door de lenzen van de kunst/literatuur na observatie.

Waarom hebben we dit kunstwerk gekozen?

(De interpretatie in de database is optioneel te gebruiken en kan worden vervangen door een ander)

We kunnen marketingelementen vinden in deze installatie:

Het element waarop u zich moet concentreren is bioluminescentie. Het is niet alleen inspirerend voor de kunst: als biologische, duurzame bron inspireerde het de creatie van levende verlichtingsystemen die de manier waarop we de wereld verlichten kunnen veranderen. Een Franse startup, Glowee, werd in 2014 geboren op basis van dit doel.

Dit onderwerp kan nuttig zijn om deelnemers kennis te laten maken met biomimicry: de emulatie van de modellen, systemen en elementen van de natuur met het oog op het oplossen van complexe menselijke problemen.

Innovatie kan geïnspireerd worden door de natuur, omdat een productpromotiecampagne kan worden ingegeven door iets «out the box».

5. 2 Conclusie (Kunstwerk

2)

Aan het einde van de activiteit kon je de groep gaan begeleiden in zijn/haar interpretatie van het kunstwerk, uitleggen hoe hij/zij het onderwerp ziet door de lenzen van de kunst/literatuur onder observatie.

Waarom hebben we dit kunstwerk gekozen?

(De interpretatie in de database is optioneel te gebruiken en kan worden vervangen door een ander).

Het schilderij was een buitengewoon succes dankzij de nieuwigheid van het onderwerp en de picturale taal, maar het veroorzaakte ook opschudding in de samenleving van die tijd, omdat de scène werd beschouwd als sterke erotiek.

De nieuwigheid en het schandaal van die tijd maken het schilderij op de een of andere manier vergelijkbaar met moderne guerrillamarketing.

Samenvatting van marketingvaardigheden

Marketing is het bedrijfsproces van het identificeren, anticiperen en voldoen aan de behoeften en wensen van klanten.

Marketingstrategie plan;

1. Marktonderzoek
2. Marktidentificatie
3. Marktanalyse
4. Definitie van een marketingstrategie
5. Selectie van de marketingmethoden en -instrumenten
6. Marketing campagne planning
5. Lancering marketingcampagne

De belangrijkste gebieden om te identificeren in marketing creatieve strategie zijn:

Ideeën:

Welke content ga je maken, wat staat er, hoe ben je anders?

Activeringen:

Wat ga je doen dat de consument aanmoedigt om te reageren, te engageren en te converseren?

Visueel:

Hoe ziet alles eruit, is er een visueel thema of richtlijn?

Verhaal:

Verwijs terug naar de contentstrategie – wat is het verhaal dat we proberen te vertellen?