



Geen tijd, kom toch



Deze activiteit is een marketingcampagne. Veel mensen houden van lezen, willen iets leren of vinden het leuk om anderen te ontmoeten, maar hebben te weinig tijd. Speciaal gaat het hier om werkende ouders met jonge kinderen. Wij willen het hen graag zo makkelijk mogelijk maken. Het idee van deze actie is om de activiteiten voor deze doelgroep overzichtelijk en gebundeld aan te bieden.

Hiervoor richt je een leestafel in op een plek waar jonge vaders en moeders te vinden zijn: op het schoolplein of bij een evenement als de voorleesdagen. Hierop is te vinden:

- Aanbod dat meteen is mee te nemen, zoals een boekstartkoffertje.
- Informatie over aanbod dat bijzonder geschikt is voor de doelgroep: e-books, workshops/bijeenkomsten voor mensen met weinig tijd, met passende thema's.
- Korting op een abonnement en de mogelijkheid meteen lid te worden. Of een speciaal boetevrij lidmaatschap aanbieden.
- Actueel en passend boekenaanbod fictie en non-fictie uitgesteld op tafel: meteen mee te nemen.

Voor deze actie hoef je geen nieuw aanbod te ontwikkelen, maar vooral het bestaande samenbrengen en anders presenteren. Maar als je meer wilt doen voor deze doelgroep is het goed dit aanbod precies af te stemmen, zoals een workshop *onthaasten* of een lezing op een geschikt tijdstip voor deze *bezige bijen*, zoals in de vroege ochtend.

Aantal deelnemers	Doelgroep	Duur	Vorbereidingstijd	Extra kosten
Iedereen die langs de tafel loopt of eraan plaatsneemt.	De Bezige Bij: mensen die wel van lezen houden, maar er niet aan toe komen. Dit zijn vooral ouders met jonge kinderen	Je kunt bij een festival een hele dag een kraam hebben. Op het schoolplein zal dit korter zijn	40 uur, afhankelijk of je het wilt aankleden met speciale folders e.d. Dan is er meer tijd nodig	Vooraf communicatie middelen en ureninzet