

Communicatie advies Theorie.nl

Haal meer uit de digitale diensten

Inleiding

- Digitale diensten spelen een steeds grotere rol in het aanbod van bibliotheken, maar... hoe benut je ze?
- Eén onderdeel van het digitale aanbod is: Theorie.nl. Gericht op jongeren/jongvolwassenen om ze te helpen met het leren voor het theorie-examen.
 - Jongeren zijn meestal een lastige doelgroep om aan je bibliotheek te verbinden, maak daarom goed gebruik van het aanbod dat voor deze doelgroep reeds bestaat.
- Doel van dit document:
 - Bewustwording van digitaal aanbod (Theorie.nl) van de bibliotheek
 - Ondersteuning bij communicatieplan voor Theorie.nl
 - Inspiratie rond de mogelijkheden van digitale diensten (Theorie.nl)
- Meer doen met jongeren en/of digitale aanbod:
 - [Jongeren welkom heten in de bibliotheek](#)
 - [Dossier digitale diensten voor de jeugd | Probiblio](#)

Succes promotie Theorie.nl

- In de landelijke imagocampagne was online oefenen voor je theorie-examen een van de proposities.
- Naast Online handiger worden? en Wat kom jij maken? was Theorie-examen oefenen? te zien in tv-spots, social media campagnes, zoekmachine advertenties en alle uitingen gemaakt en gedeeld door de bibliotheken (binnen en buiten de bibliotheek).
- Deze resultaten zijn samengevat en gedeeld op [Biebtobieb](#). Bekijk ook het [filmpje](#) wat eerder is gedeeld.
- De resultaten van Theorie.nl zijn:



Het gebruik van digitale bronnen stijgt.
Theorie.nl groeit zelfs met 95% in het gemiddeld aantal thuis sessies.



Op de 'Online Handiger Worden' video wordt het meest geklikt 3,33%.



'Theorie-examen' is het meest populaire thema in Google search. 18% die hierop zoekt clickt ook door naar de website



De 'Wat kom jij maken?' uitingen presteren het beste op Meta, maar slaan niet aan op Snapchat.

Inhoud

- Advies Communicatieplan
 - Aanbod en doelgroep
 - Doel en voordelen voor de doelgroep
 - Bestaand materiaal
 - Boodschap
 - Beeldmateriaal
 - Doelgroep betrekken
 - Planning
- Advies Communicatiemiddelen
 - Website: landingspagina en homepage banner
 - Posters
 - Opvallend printmateriaal in de bibliotheek
 - Narrowcasting in de bibliotheek
 - Social media

Advies Communicatieplan

Aanbod en doelgroep

Aanbod

- Gratis online examens oefenen voor je rijbewijs (bromfiets, auto, motor)
- Inloggen met de bibliotheekabonnement gegevens
- Landelijk aanbod: <https://www.jeugdbibliotheek.nl/digitaal-aanbod-leren/theorie.html>

Doelgroep

- Focus op de jeugd: vanaf 15,5 jaar* t/m 18 jaar
- t/m 27 jaar – niet iedereen gaat direct het autorijbewijs halen, jongvolwassenen is t/m 25 jaar en veel bibliotheken hanteren t/m 27 jaar (o.a. i.v.m. gratis leidmaatschap tot die leeftijd)

* CBR informatie

Bromfiets

Vanaf 15,5 jaar mag je theorie-examen voor de bromfiets doen.

Auto

Vanaf 16 jaar mag je theorie-examen voor de auto doen.

Motor

Vanaf 17 jaar mag je theorie-examen voor de motor doen.

Doel en voordelen voor de doelgroep

Doel voor de doelgroep

- Het doel voor de doelgroep is het behalen van het theorie-examen (bromfiets, auto of motor) waardoor je het praktijkexamen kan doen.

Voordelen

- Gratis met je biebabonnement
 - Biebabonnement t/m 18 jaar gratis (sommige bibliotheken t/m 27 jaar gratis)
- Online, dus thuis, onderweg, overal vanaf je smartphone te doen
- Hoog slagingspercentage: “90% van onze cursisten slaagt!” (bron: <https://www.theorie.nl/>)
- Hoge klanttevredenheid: 96% (bron: <https://www.theorie.nl/>)

Bestaand materiaal

Deze propositie is onderdeel van de **landelijke imagocampagne**
Ontdek wat je allemaal kan

<https://landelijkehuisstijl.nl/nl/c/57583/landelijke-campagne-de-bibliotheek-update>

Advies

- Boodschap en copy: 'Theorie-examen oefenen?' – Online cursusaanbod: Bij de bibliotheek vind je een schat aan digitale cursussen en trainingen. Wil je bijvoorbeeld aan de slag met je theorie-examen voor auto, motor of bromfiets? Dat kan gratis in de bibliotheek of word lid en oefen thuis achter je laptop.
- Focusdoelgroep landelijke campagne van dit onderdeel: 16-24 jaar
- Als je deze materialen toepast om Theorie.nl te promoten onder de doelgroep, bedenk dan goed dat het onderdeel is van een imagocampagne. Om echt de doelgroep aan te spreken en naar de bieb, online of fysiek, te krijgen, is een meer gerichtere aanpak wenselijk is. Zoals beschreven in dit plan. Specificeer het voor jouw bibliotheek.



Bestaand materiaal

Vanuit de jeugdbibliotheek is ook **basismateriaal** beschikbaar op Landelijkehuisstijl.nl: <https://landelijkehuisstijl.nl/nl/p/56430/theorie>

Advies

- Beeldmateriaal: een persoon achter computer of tablet wordt voor vele onderwerpen en activiteiten ingezet. Het advies is om voor ander beeldmateriaal te kiezen, zie **advies sheet 10 Beeldmateriaal**.
- Jeugd logo graag niet gebruiken, maar het logo van jouw bibliotheek toepassen.
- QR-code verwijst naar landelijke pagina <https://www.jeugdbibliotheek.nl/digitaal-aanbod-leren/theorie.html> - QR code aanpassen met link naar eigen pagina, zie **advies sheet 16 Website: landingspage**.



Boodschap

Advies

- Gratis en online zijn de twee belangrijkste eigenschappen om deze doelgroep aan te spreken.
- Ook het hoge slagingspercentage kun je gebruiken als overtuiging.
- Het is gratis met je lidmaatschap, deze voorwaarde altijd communiceren in uitingen waar meer ruimte is. En te gebruiken als argument.
- Hieronder staan een aantal voorbeelden van de boodschap. Pas de boodschap aan, zodat het aansluit bij de *tone of voice* van jouw bibliotheek. Denk ook na **waar** je de boodschap communiceert; in de bibliotheek kan anders zijn dan buiten de bibliotheek.

Oefen gratis online voor je theorie!

90% slaagt, jij straks ook!

Binnenkort je theorie-examen?

Oefen gratis met je bibliotheekabonnement!

Theorie examen stress?

Fix het in de bibliotheek met gratis online oefenen.

<Alleen in de bibliotheek>

Nog een reden om lid te worden:
gratis oefenen voor je theorie

Beeldmateriaal

Advies

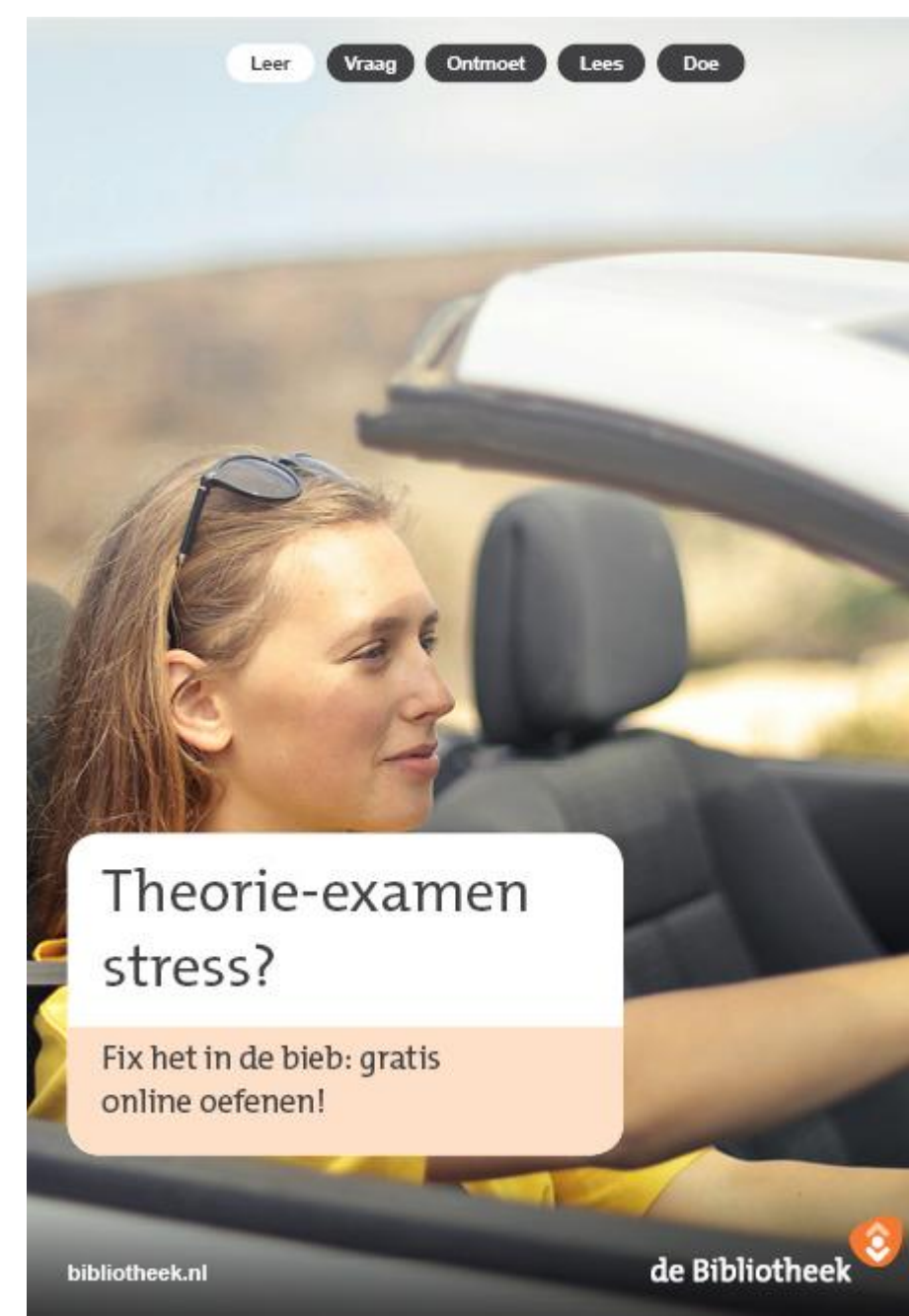
- Beeld moet aanvullend en ondersteunend zijn aan de tekst. In de tekst vertel je wat het is (en wat het resultaat is) en met beeld laat je zien hoe dat eruitziet.
- Dus niet iemand die achter de computer of tablet zit, want dat is vanuit het product gedacht (online oefenen voor je theorie-examen). Maar bijvoorbeeld juist iemand die in een auto rijdt, het uiteindelijke doel.
- Het resultaat van het bepalen van je theorie-examen laten zien, zie enkele voorbeelden op de volgende pagina.
- Vergeet niet een QR-code toe te voegen met verwijzen naar website over Theorie.nl op je eigen website (zie onderdeel Communicatiemiddelen).

Tips voor gebruik rechteenvrije beelden

- Canva: met een pro-licentie heb je toegang tot heel veel gratis beelden.
- Bekijk ook de beeldbanken, zoals Unsplash en Pexels. Daar zijn ook gratis beelden te downloaden.
- Betaalde beeldbanken als iStock en Shutterstock bieden ook veel mogelijkheden.
- Bekijk altijd goed de voorwaarden voordat je het beeld gebruikt.

Voorbeelden

- Enkele voorbeelden (beelden komen uit Canva – te verkrijgen met pro-licentie)



Copy

Advies

- Naast de hoofdboodschap heb je op de website en in de nieuwsbrief bijvoorbeeld meer ruimte voor tekst.
- Hieronder twee voorbeelden voor copy

Binnenkort theorie-examen voor je auto, scooter of motor? Bij Theorie.nl leer je met de beste uitlegvideo's en oefenexamens. Gratis voor leden van de <Bibliotheek naam>. Oefen waar en wanneer jij wilt, op elk apparaat.

*Wist jij al dat je met je bibliotheek-abonnement **gratis** kunt oefenen voor je theorie-examen? Bij Theorie.nl leer je met de beste uitlegvideo's en oefenexamens. Oefen waar en wanneer jij wilt, op elk apparaat.*

Tip: bekijk ook de bestaande teksten uit de landelijke campagne en flyer van de [landelijke huisstijl](#) - jeugdbibliotheek. En haal daar uit wat voor jouw bibliotheek van toepassing en wat aansluit bij de hoofdboodschap die je hebt gekozen.

Landelijke campagne

Bij de bibliotheek vind je een schat aan digitale cursussen en trainingen. Wil je bijvoorbeeld aan de slag met je theorie-examen voor auto, motor of bromfiets? Dat kan gratis in de bibliotheek of word lid en oefen thuis achter je laptop.

Jeugdbibliotheek

Moet je binnenkort theorie-examen doen bij het CBR voor je scooter (bromfiets), auto of motor? Bij de bibliotheek kun je gratis oefenen via theorie.nl.

Doelgroep bereiken

- De promotie moet plaats vinden daar waar de doelgroep aanwezig is.
 - Denk aan de plekken waar scholieren/studenten werken en/of studeren. Zowel in de bibliotheek, als op school.
 - Deze doelgroep is ook online aanwezig. Ze gebruiken social media intensief en tegelijk vluchtig. Hierdoor is het moeilijk de aandacht te krijgen tussen al die boodschappen. Toch adviseren wij om wel aanwezig te zijn voor deze doelgroep op je bestaande social mediakanalen, zoals Instagram, TikTok en YouTube.
- Denk ook na of er bepaalde programmering voor de doelgroep is, waarbij promotie voor Theorie.nl aansluit. Zo verwerk je het in je bestaande aanbod.
- Verdere uitwerking bij Communicatiemiddelen.

Tip: toets het materiaal (met boodschap, beeld en opmaak) en waar je Theorie.nl wilt promoten met de doelgroep zelf. Vraag het je bezoekers of stagiaires in dienst bij de Bibliotheek.

Planning

- Het hele jaar door kun je theorie-examen doen. We adviseren daarom in het volgende hoofdstuk Communicatiemiddelen om de basis op orde te hebben en continue middelen in te zetten in de bibliotheek waar de doelgroep zit.
- Extra aandacht adviseren we in te zetten op de momenten waarop de doelgroep vaker in de bibliotheek is. De periodes **voor en tijdens (eind)-examens, toetsweken en herkansingen**. Bekijk wanneer dat is in jouw gemeente.
 - Realiseer je dat ze met een doel naar de bibliotheek komen: in rust studeren om de examens en toetsen zo goed mogelijk te maken. Daardoor is het belangrijk dat je het niet op één plek zichtbaar maakt. Het gaat om de kracht van herhaling. Kies dus voor meerdere plekken.

Tip: Biedt ruimere openingstijden om te studeren en leren.
Lees er meer over hoe dit bij Amstelland is verlopen:
<https://www.probiblio.nl/pilot-bibliotheek-amstelland-ook-s-avonds-open-voor-studerende-jongeren/>

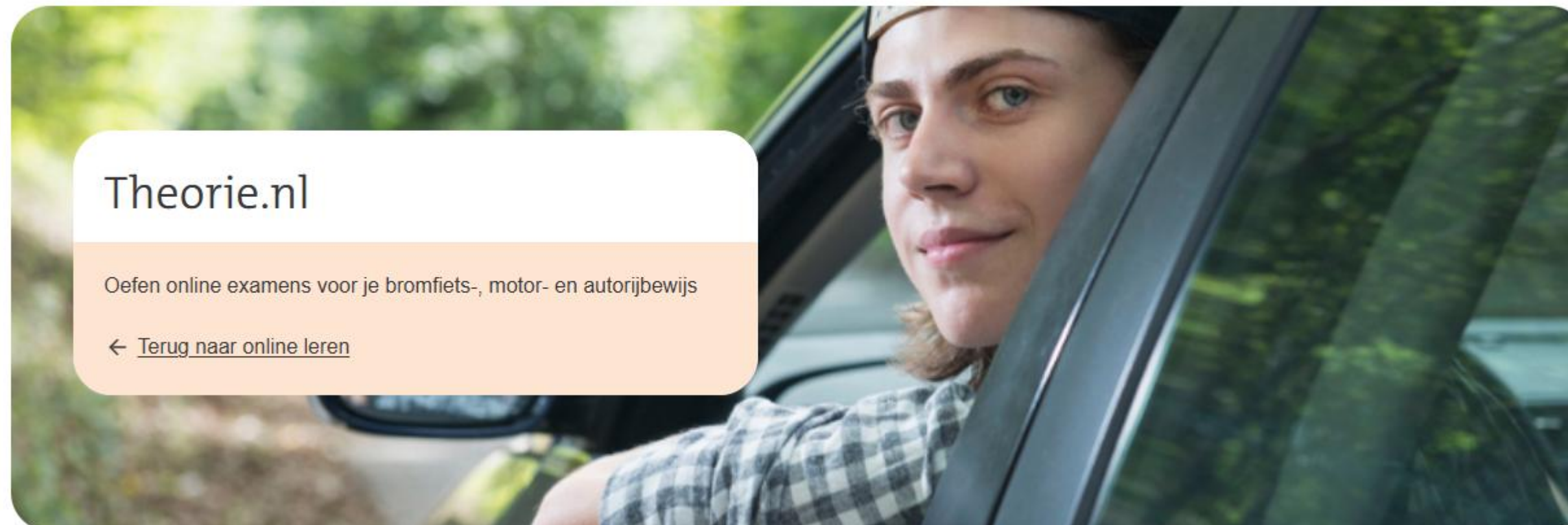
Advies Communicatiemiddelen

Website: landingspagina

- We zien dat bibliotheken het aanbod op verschillende manieren communiceren op de website. Er wordt verwezen naar Theorie.nl waarbij je eerst het inlogscherf krijgt om je bibliotheekgegevens in te vullen.
 - Eigen landingspagina gepresenteerd onder Apps ([voorbeeld](#))
 - Eigen landingspagina gepresenteerd onder Activiteiten ([voorbeeld](#))
 - Eigen landingspagina gepresenteerd onder Digitale bronnen ([voorbeeld](#))
 - Als banner op de pagina zoals: Online cursussen ([voorbeeld](#)) en Leren en ontwikkelen ([voorbeeld](#))
- Het advies is om te zorgen voor een eigen landingspagina waarop je de boodschap, beeldmateriaal en copy die je voor jouw bibliotheek hebt gekozen plaatst. Verder kun je de uitleg en stappen die op [Theorie.nl pagina van Jeugdbibliotheek](#) staat gebruiken.
 - Je kunt de Blueprint van Theorie.nl van de Waas omgeving gebruiken als basis.
- Bedenk ook goed waar deze pagina staat: een vaste plek geven in de structuur op een logische plek. Denk aan 'Online cursussen' of Jongeren'. Alle bibliotheken hebben een andere menustructuur, bekijk dus goed wat een logische plek is voor de bezoeker om deze informatie te vinden.

Website: homepage banner

- Op de momenten dat je extra aandacht geeft aan Theorie.nl zorg dan voor een banner op je homepage die verwijst naar je landingspagina. Gebruik weer hetzelfde beeld en de boodschap.



Posters

- **Standaard aanwezig in de bibliotheek**
 - Bij de studieplekken in de bibliotheek.
 - Bij de informatieve boeken over theorie- en praktijkexamens.
- **Extra inzet** bijvoorbeeld voor en tijdens (eind)-examens, toetsweken en herkansingen.
 - Bij de ingang.
 - Op de binnenkant van de toiletdeuren.
 - Bij de uitleenbalie en inleverkasten.
 - Op de prullenbak.
- **Extra inzet buiten de bibliotheek:** middelbare scholen
 - Verspreiding via leesmediaconsulenten.
 - Plekken zoals aula, in de gangen, kantine, mediatheek, studieruimtes
 - Afstemmen met de middelbare school wat er mogelijk is.

Opvallend printmateriaal in de bibliotheek

Naast de posters kun je kiezen voor meer opvallend promotiemateriaal, op bijzondere momenten, zoals: voor en tijdens (eind)-examens, toetsweken en herkansingen. Uiteraard kun je dit ook continue inzetten.

- **Promotiekubussen:** Een zijde met beeld, een zijde met tekst, een zijde met QR-code
- **Stickers in stijl van Nederlandse autonummerplaat met tekst en QR-code erop:** Plak deze op de boekenkasten in de buurt waar de doelgroep veel verblijft. Deel ze eventueel uit of maak er een groot bord van en hang het op bij de studieplekken. Vergeet niet om een QR code of URL toe te voegen op de stickers of het bord. (Voorbeeld is gemaakt met ChatGPT.)
- **Anti-stress bal of kubus met bedrukking:** Om uit te delen voor tijdens het leren in de bieb, als afleiding. Dit kun je ook bedrukken. Denk dan aan de boodschap van Theorie.nl, maar zet er ook succeswens op.
- **Bedrukte snoeppot:** Voor de hardwerkende studenten met een leuke tekst erop en promotie voor Theorie.nl. Extra toepasselijk: kies voor Autodrop!



Narrowcasting in de bibliotheek

- Toon de promotie van Theorie.nl op de narrowcasting schermen, met name na schooltijden.
- Voor en tijdens (eind)-examens, toetsweken en herkansingen: de gehele dag tonen

Social media

- We adviseren om aanwezig te zijn voor deze doelgroep op je bestaande social mediakanalen, zoals Instagram, TikTok en Youtube.
- Berichten posten: rondom de extra aandachtmomenten
- Adverteren – target op de doelgroep
 - Voor de landelijke campagne hebben we enkele [handleidingen](#) opgesteld in samenwerking met social media bureau Afdeling Online (staan op Biebtobieb). Bekijk zeker de [handleiding 'Social Media Campagnes'](#) voor tips en stappen om dit goed in te richten. Theorie.nl staat hier ook in.
- Het bereiken van de jongeren doelgroep is niet gemakkelijk en vraagt om een algemene contentstrategie voor deze doelgroep. Wil je daar advies over, neem contact op met: marketingadvies@probiblio.nl.

Nieuwsbrief

- **Algemene nieuwsbrief:** voor periodes van toetsweken en examens neem je de promotie van Theorie.nl mee in de algemene nieuwsbrief. Je bereikt niet de jongeren zelf maar wel de ouders. Pas je boodschap daar ook op aan.
- Je kunt wel zorgen voor een follow-up na de periodes van toetsweken en examens met een nieuwsbrief voor de jongeren. Selecteer in jouw mailbestand op leeftijd en stuur ze een nieuwsbrief waarin je het gratis online oefenen voor je theorie-examen promoot. Neem daarin ook andere digitale diensten voor deze doelgroep mee. En de voordelen van het lidmaatschap.

Vragen? Of advies nodig?

We helpen je graag verder!

Neem contact op met

Esmee Koemans ekoemans@probiblio.nl of

Julia van Haaster jvhaaster@probiblio.nl

**Pro
biblio**