



Anfield sings an emotional You'll Never Walk Alone for Diogo Jota and his brother

Sky Sports Premier League



Watch on  YouTube

ONDERWERP



Sfeer



Anfield



27/11/2024

1. WIE IS HIER ALLEMAAL FAN?

- 1. WIE IS HIER ALLEMAAL FAN?**
- 2. WAAR BEN JE ZELF FAN VAN?**

- 1. WIE IS HIER ALLEMAAL FAN?**
- 2. WAAR BEN JE ZELF FAN VAN?**
- 3. WAT HOUDT FAN ENGAGEMENT IN VOLGENS JULLIE?**



HOE KUN JE DOOR HET GEBRUIK
VAN **FAN ENGAGEMENT** EEN
BREDERE DOELGROEP BEREIKEN
DAN ALLEEN DE HUIDIGE FANS?

ONDERWERP

WAT IS NOU PRECIES FAN ENGAGEMENT?

STELLINGEN

STELLINGEN

**WE GAAN JULLIE EEN AANTAL STELLINGEN
VOORLEGGEN:**

- **LOKAAL IN TWEEËN DELEN**
- **LINKS IS EENS EN RECHTS IS ONEENS**
- **GA AAN DE KANT STAAN WAAR JIJ JE MEER IN KAN VINDEN**

CRUIJFFIAANSE STELLINGEN

EENS OF ONEENS?

01

Fans bind je met gevoel, niet met geld.

CRUIJFFIAANSE STELLINGEN

EENS OF ONEENS?

02

De beleving naast het veld is belangrijker dan de wedstrijd zelf.

CRUIJFFIAANSE STELLINGEN

EENS OF ONEENS?

03

Te veel luisteren naar fans maakt je club zwakker, hierdoor verlies je je eigen visie en identiteit.

OPDRACHT | DEEL 1

ANALYSE

OPDRACHT | DEEL 1

GA IN JE GROEPJE ZITTEN WAARMEE JE
OOK DE WORKSHOP VOORBEREID

OPDRACHT | DEEL 1

GA IN JE GROEPJE ZITTEN WAARMEE JE
OOK DE WORKSHOP VOORBEREID

BENODIGDHEDEN:

A4'TJE

STIFTEN

OPDRACHT | DEEL 1

1. **KIES** EEN MERK, ARTIEST, SPORTCLUB OF INFLUENCER
(BIJV. EEN VOETBALCLUB, OF GAME).

OPDRACHT | DEEL 1

1. **KIES** EEN MERK, ARTIEST, SPORTCLUB OF INFLUENCER (BIJV. EEN VOETBALCLUB, OF GAME).
2. **SCHRIJF** DIT MET JE GROEPJE OP EEN PAPIERTJE.

OPDRACHT | DEEL 1

3. TEKEN EEN PERSONA VAN JE GEKOZEN MERK, ARTIEST, SPORTCLUB OF INFLUENCER OP EEN PAPIERTJE.

OPDRACHT | DEEL 1

3. MAAK EEN PERSONA VAN JE GEKOZEN MERK, ARTIEST, SPORTCLUB OF INFLUENCER OP EEN PAPIERTJE.

4. BEANTWOORD SAMEN DE VOLGENDE VRAGEN:

- WIE ZIJN DE FANS? (LEEFTIJD, INTERESSES, GEDRAG)
- WAAROM ZIJN ZE FAN?
- VIA WELKE KANALEN VOLGEN ZE HET MERK? (SOCIAL MEDIA, EVENTS, ETC.)
- WAT VINDEN ZE NÚ AL LEUK/INTERESSANT?

OPDRACHT | DEEL 2
UITWERKEN IDEE

OPDRACHT | DEEL 2

BEDENK EEN NIEUW EN ORIGINEEL IDEE OM
FANS MEER TE BETREKKEN

OPDRACHT | DEEL 2

BEDENK EEN NIEUW EN ORIGINEEL IDEE OM
FANS MEER TE BETREKKEN

BENODIGDHEDEN:
A4'TJE P.P.
STIFTEN

OPDRACHT | DEEL 2

1. PAK ALLEMAAL EEN A4'TJE ER BIJ EN **WERK INDIVIDUEEL JE IDEEËN UIT.**

OPDRACHT | DEEL 2

1. PAK ALLEMAAL EEN A4'TJE ER BIJ EN **WERK INDIVIDUEEL JE IDEEËN UIT.**
2. **DENK BIJV AAN: SOCIAL MEDIACAMPAGNE , EVENT OF ERVARING, INTERACTIEVE APP OF GAME OF EXCLUSIEVE CONTENT.**

OPDRACHT | DEEL 2

1. PAK ALLEMAAL EEN A4'TJE ER BIJ EN **WERK INDIVIDUEEL JE IDEEËN UIT.**
2. **DENK BIJV AAN: SOCIAL MEDIACAMPAGNE , EVENT OF ERVARING, INTERACTIEVE APP OF GAME OF EXCLUSIEVE CONTENT.**
3. **BEANTWOORD INDIVIDUEEL DE VOLGENDE VRAGEN:**
 - **WAT IS HET IDEE?**
 - **WAAROM PAST DIT BIJ DE FANS?**
 - **WAT MAAKT HET BIJZONDER OF ANDERS?**

OPDRACHT | DEEL 2

4. **KIES MET JE GROEPJE SAMEN HET BESTE IDEE.**

OPDRACHT | DEEL 2

4. KIES MET JE GROEPJE SAMEN HET BESTE IDEE.

WAT WILLEN WE WETEN?

- WELK IDEE KIEZEN JULLIE?
- WAAROM DEZE?

OPDRACHT | DEEL 3
PITCH

OPDRACHT | DEEL 3

**PITCH MET JE GROEPJE 2 MINUTEN JE
IDEE.**

OPDRACHT | DEEL 3

1. JULLIE KRIJGEN **2 MINUTEN** DE TIJD OM NA TE DENKEN WAT JE IN JE PITCH UITLEGT.

OPDRACHT | DEEL 3

1. JULLIE KRIJGEN **2 MINUTEN** DE TIJD OM NA TE DENKEN WAT JE IN JE PITCH UITLEGT.

LEG IN JE PITCH UIT:

- WIE DE DOELGROEP IS
- WAT HET IDEE IS
- WAAROM DIT FAN ENGAGEMENT VERSTERKT

OPDRACHT | DEEL 3

JULLIE KRIJGEN **2 MINUTEN** DE TIJD OM TE STEMMEN WELK GROEPJE JE HET BESTE VOND. LEG UIT **WAAROM** JULLIE DIT HET BESTE IDEE VINDEN.

OPDRACHT | DEEL 3

HET **BUDGET** VAN HET WINNENDE GROEPJE IS **VERLAAGD** OM HET IDEE UIT TE VOEREN. HOE LOSSEN JULLIE DIT OP?

BESPREEK DIT **2 MINUTEN** MET JE GROEPJE EN LEG UIT WAT JULLIE ZOULDEN DOEN.





“
**Mensen worden geen fan
van wat je doet, maar
van wat ze voelen.**”