

Onderzoek naar ideale campagneboodschap om scholieren te interesseren voor Built Environment

September, 2016

Voor de opleiding Built Environment van NHTV Breda heeft Qompas onderzocht aan welke elementen een e-mail met promotiemateriaal en uitnodigingen voor open dagen moet voldoen. Daarnaast is getest welke subjects van e-mails interessant zijn voor scholieren om te openen.

Om deze aspecten van promotiecampagnes te testen, is een scholierenpanel ingezet en is er een online enquête verstuurd naar scholieren. Aan scholieren in het panel is gevraagd om drie e-mails en twee filmpjes te beoordelen. Hieruit bleek dat de titel van een e-mail erg belangrijk is en zo kort mogelijk moet zijn. Het beeldmateriaal moet aansprekend zijn en de tekst moet niet te lang zijn. De filmpjes bevatten voornamelijk studenten die aan het woord waren, zonder andere beelden. Scholieren waren van mening dat het zinvoller was om vooral veel verschillende beelden te laten zien en de studenten maar kort in beeld te laten. Vooral dynamisch beeld is belangrijk.

Vanuit de Qompas database zijn scholieren met interesse in Built Environment of interesse in een aanverwante studie geselecteerd. Uiteindelijk namen 91 scholieren deel aan de enquête. Ze beoordeelden een aantal subjects en opgemaakte e-mails. Hieruit bleek dat scholieren vaker geneigd zijn een e-mail te openen wanneer het subject te maken heeft met buitenlandervaring of stages. Een subject met daarin de aankondiging van een open dag vinden scholieren niet interessant. De elf opgemaakte e-mails zijn ingedeeld in drie thema's: actuele thema's, stage/buitenland en studentervaringen. Aan scholieren is gevraagd hun mening te geven over de titel, foto, inhoud van de tekst en lengte van de tekst. Ook is gevraagd aan scholieren of ze zouden doorklikken op de 'open dag'-button of de 'lees meer'-button.

Uit de resultaten blijkt dat scholieren vooral geïnteresseerd zijn in dynamische foto's en in foto's die te maken hebben met het thema buitenland/stage. De foto's van studenten binnen het thema studentervaringen deden het heel slecht. Scholieren vinden een tekst rondom het thema buitenland/stage het meest interessant. Binnen de actuele thema's vinden jongens andere thema's interessant dan meisjes. De studentervaringen doen het niet goed. Een tekst met een lengte van 6 à 7 regels is het meest ideaal. Minder dan drie regels is te weinig en tien of meer regels is al snel te veel. Scholieren klikken niet snel door op een button in een e-mail, maar als ze doorklikken dan klikken ze meestal door op buttons over stages en buitenlandervaringen. Op de 'open dag'-button klikken ze niet snel door.

Uiteindelijk heeft Qompas aan de hand van dit onderzoek een advies uitgebracht over de invulling van de campagnerondes voor het studiejaar 2016-2017. Hierin was vooral aandacht voor mooi beeldmateriaal en is een splitsing gemaakt tussen jongens en meisjes omdat uit dit onderzoek blijkt dat jongens een voorkeur hebben voor andere campagneboodschappen dan meisjes.