



Workshop 'Werken met Wijkprofielen'

1 juli 2011

André Kamphuis





Workshop 'Werken met Wijkprofielen'

1. Wie is de consument?
2. Wijkprofielen
3. Werken met Wijkprofielen

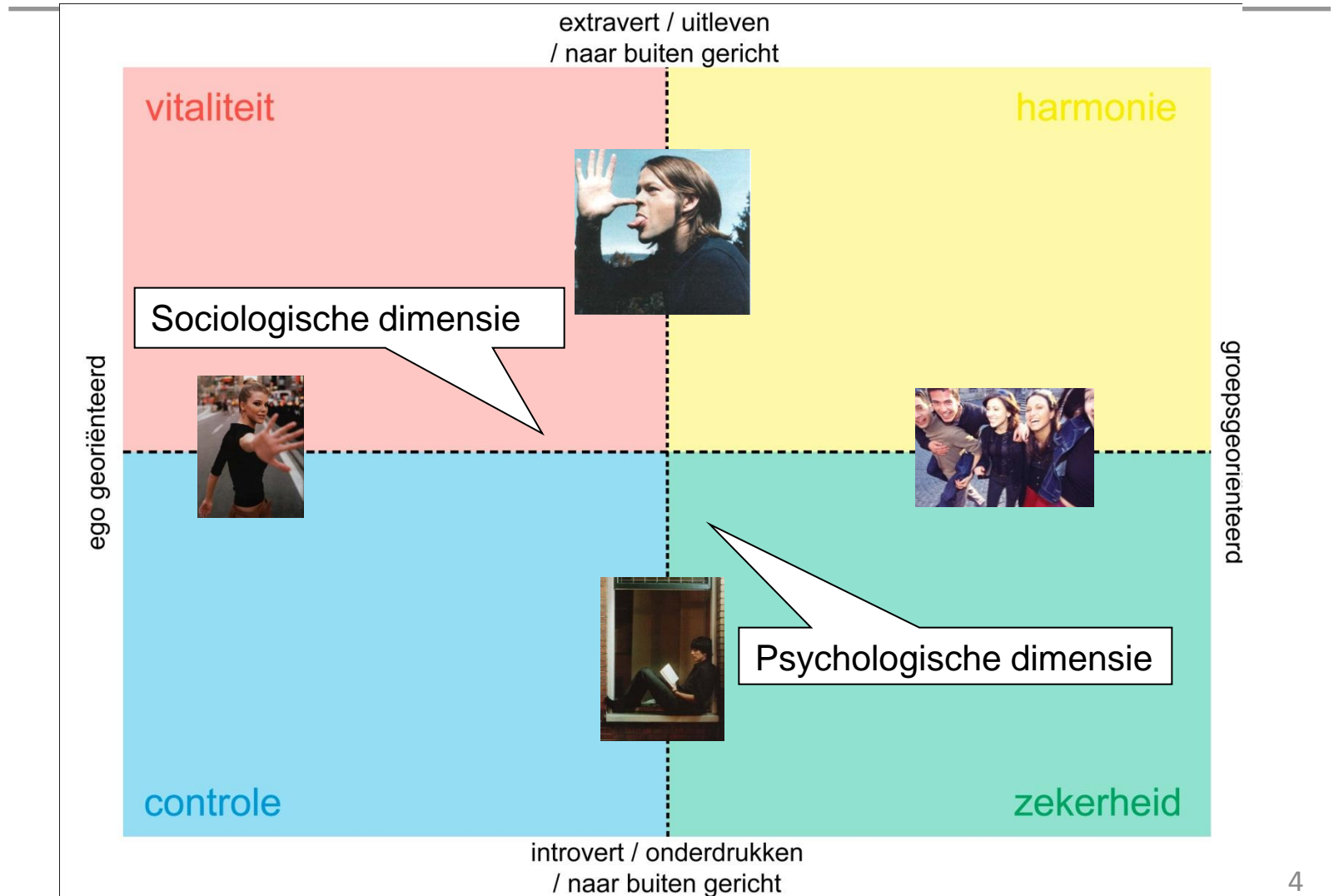


Workshop 'Werken met Wijkprofielen'

1. Wie is de consument?
2. Wijkprofielen
3. Werken met wijkprofielen

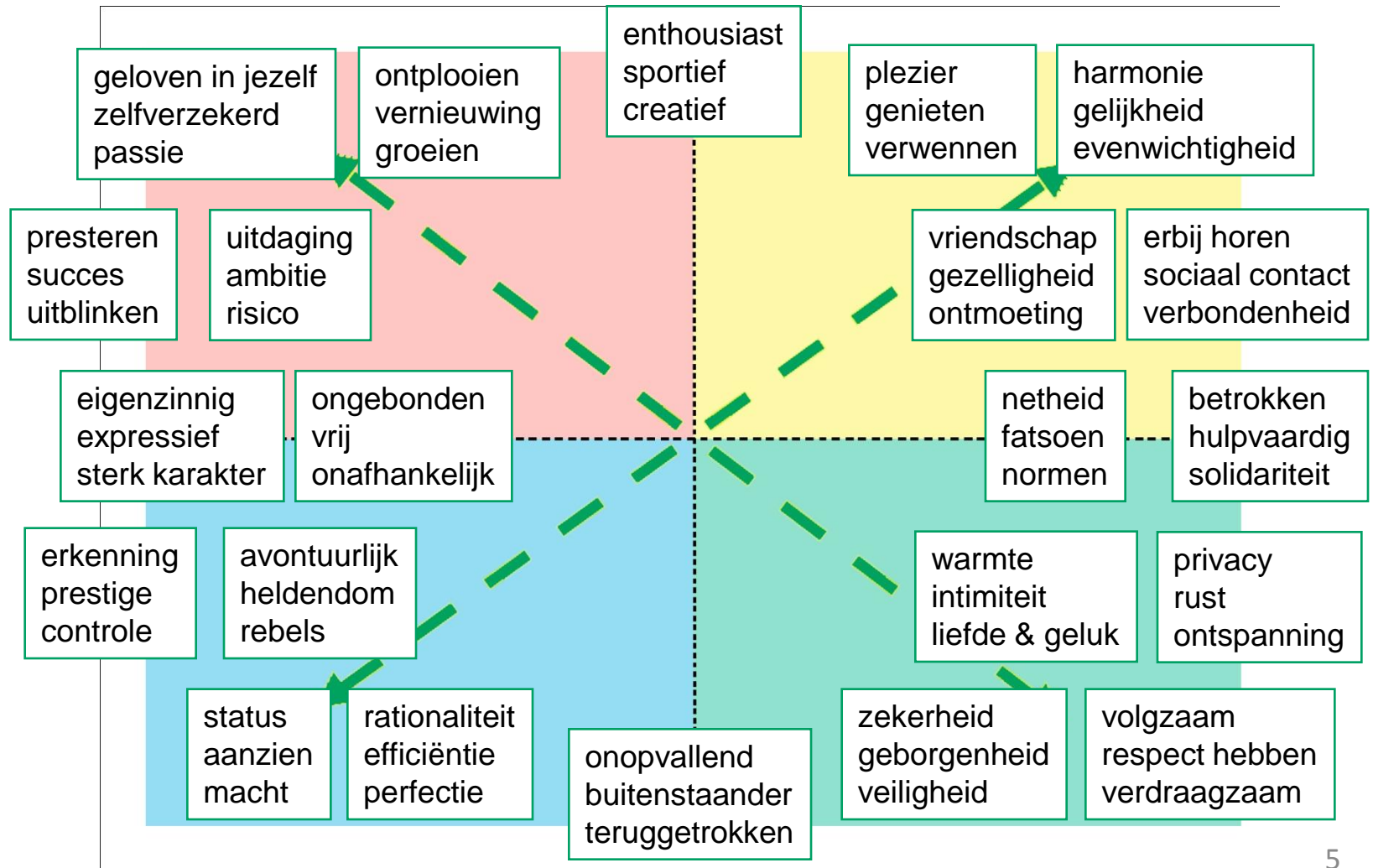


De vier belevingswerelden





De achterliggende waarden





DE "GELE" WERELD



- Harmonie
- Spontaniteit
- Gezinsleven staat centraal
- Gezelligheid
- Eerlijk



DE "GROENE" WERELD



- Zekerheid
- Geborgenheid
- Kalm
- Evenwichtig
- Traditioneel
- Conservatief



DE "BLAUWE" WERELD



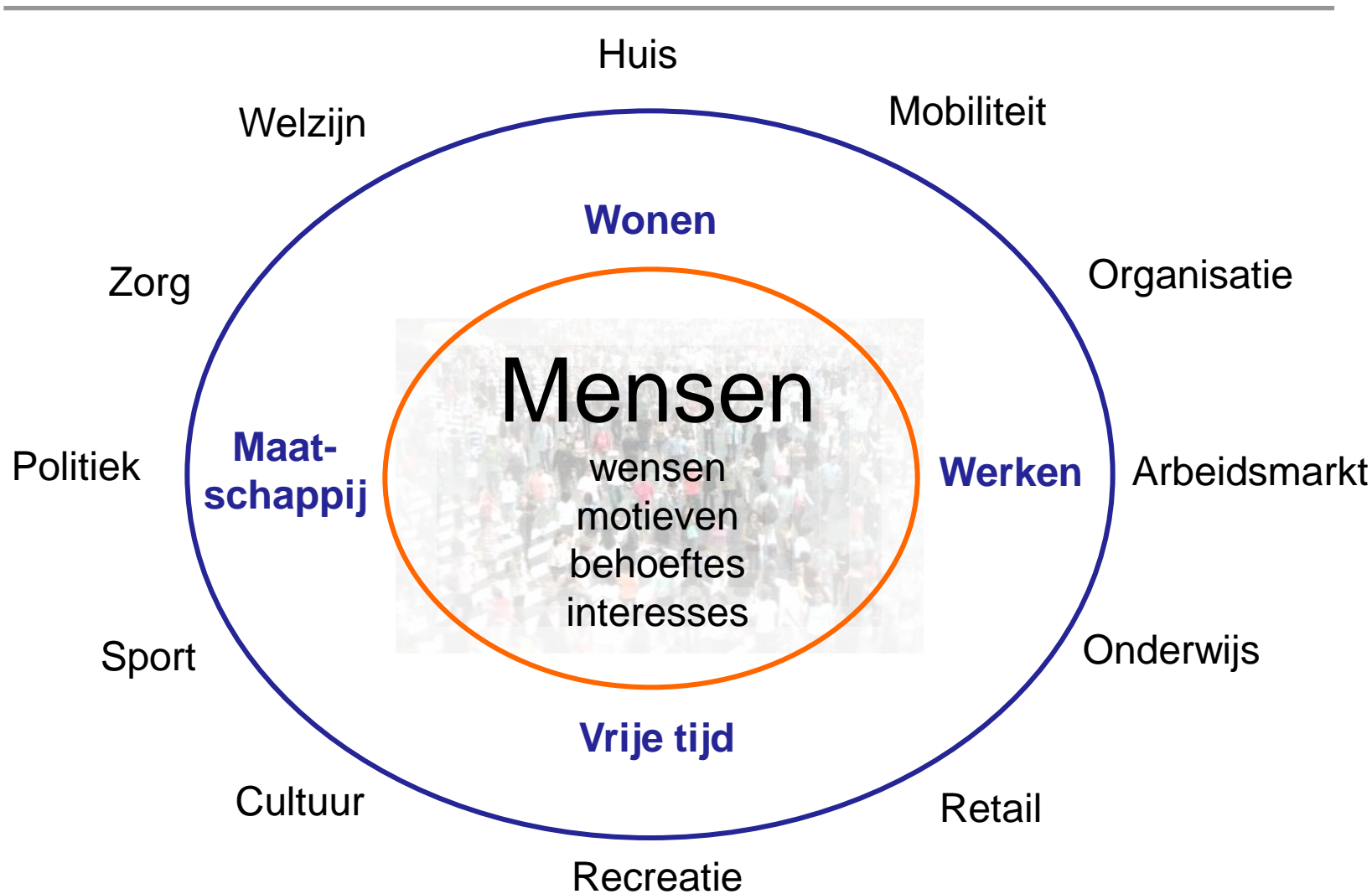
- Carriere
- Materialistisch
- Exclusiviteit
- Status
- Controle



DE "RODE" WERELD



- Eigenzinnig
- Intelligent
- Zelfbewust
- Uitdaging
- Vrijheid
- Genieten van het leven





Zorg





Wonen

Vitaliteit

Extravert/ uitleven

Harmonie

levendigheid



stedelijk



functiemenging

bijzonder

kindvriendelijk



multi culti



extreem landelijk

gezellig buurtje



Ego georiënteerd

Groepsgeoriënteerd

statusrijke gebieden



dorps

knus en traditioneel

ons soort mensen



natuur

privé wijk

luxe

rust en privacy



Controle

Introvert/ onderdruken

Bescherming



BIJ focus op... Mode in Amsterdam

Claudia Sträter shop

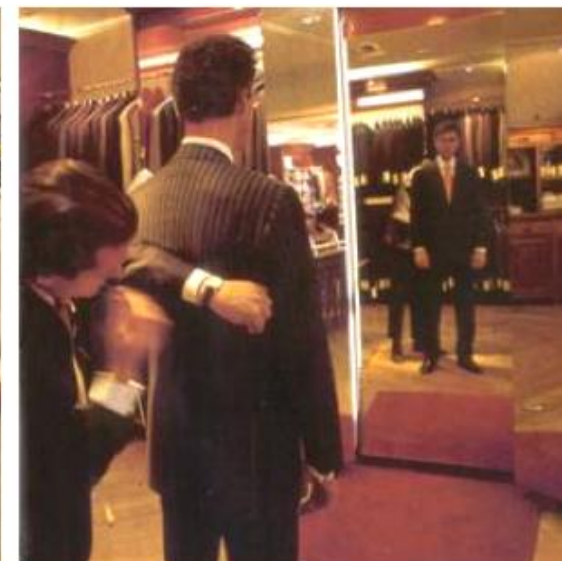
Qua is de Sträter shop een unieke plek in Amsterdam. Het is een winkel waar de liefde voor de mode en de natuur samenkomt. Claudia Sträter heeft een selectie van prachtige kledingstukken die zowel stijlvol als duurzaam zijn. De winkel is gelegen in een prachtige locatie in Amsterdam, waar de sfeer en de service van topkwaliteit zijn.

Good looking mannen

Wanneer de tijd gaat voorbij, is het belangrijk om er goed uit te zien. Dat is de reden waarom mannen zich vaak laten helpen door een tailor. Een tailor kan je helpen om de juiste maat te vinden en de juiste stijl te kiezen. Het is een service die niet alleen voor mannen is, maar ook voor vrouwen. Het is een service die je kan helpen om er goed uit te zien en te voelen.

New design in fashion LAB

De fashion LAB is een plek waar de nieuwste trends en ontwerpen worden getoond. Het is een plek waar de creativiteit en de innovatie van de mode industrie worden geïllustreerd. Het is een plek waar de toekomst van de mode wordt ontworpen. Het is een plek waar de liefde voor de mode en de natuur samenkomt.



Winkelen: De rode wereld



trendsetters - apart - vrijheid - 2e hands - cultuur - verleiden - impulsief

Winkelen: De gele wereld



XENOS Sfeeridee

Manden met katoenen voering en tekst
'magazines' 42x30x24 cm,
'speelgoed' en 'bathroom' 50x31x25 cm.
Per stuk

~~8.95~~
6.95



sfeer - gezellig - eigentijds - keuze - prijsbewust - speelhoek

Winkelen: De groene wereld



geen fratsen - verantwoord - vertrouwd - advies - overzichtelijk -
prijsbewust



Workshop 'Werken met Wijkprofielen'

1. Wie is de consument?
2. Wijkprofielen
3. Werken met wijkprofielen

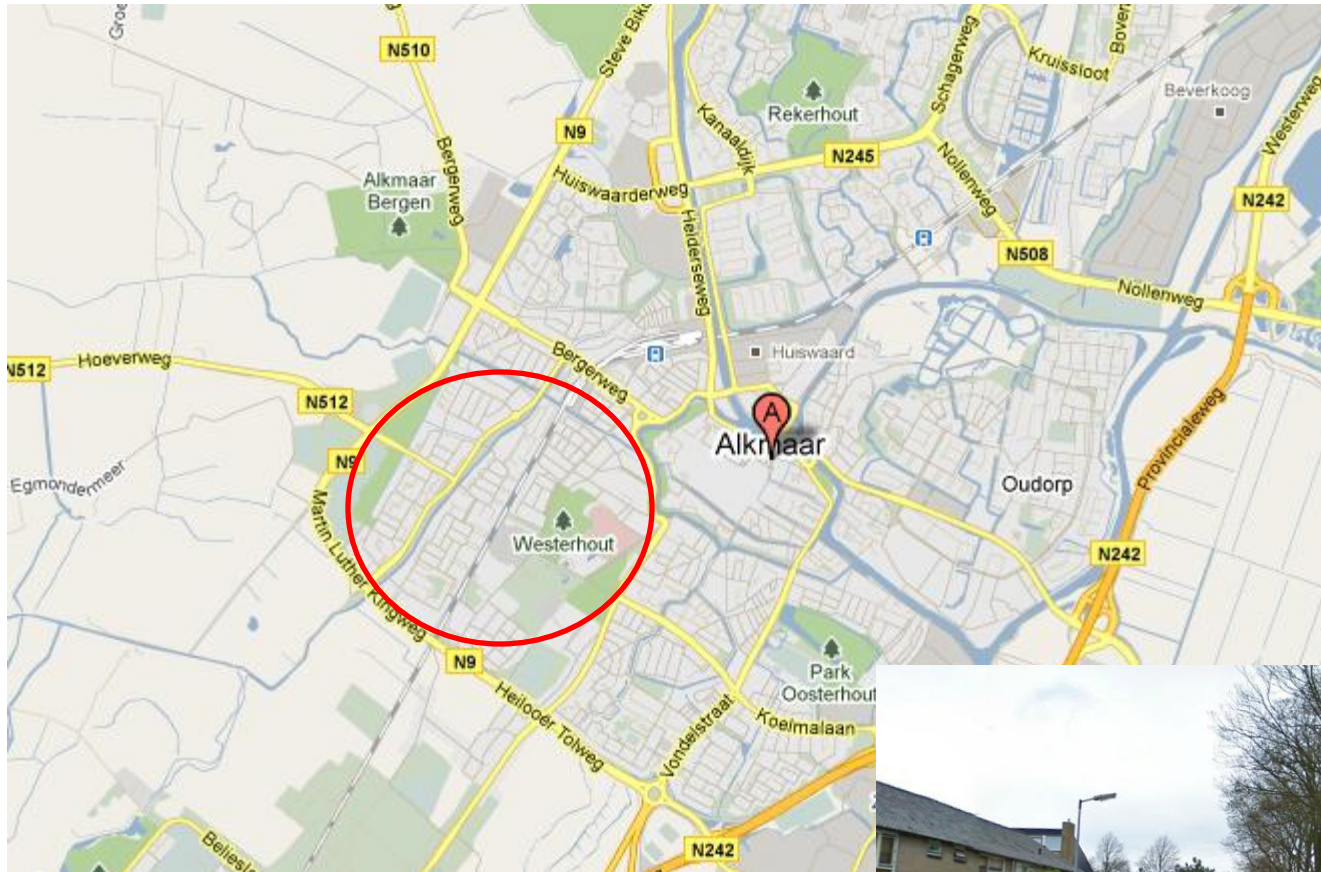


Case – Alkmaar West

- Initiatiefnemers: zorgorganisatie Zorgcirkel, woningbouwcorporatie Habion, gemeente Alkmaar
- Nieuw wijksteunpunt i.c.m. renovatie bestaande woon- en zorgcentrum de Vleugels + bouw nieuwe zorgappartementen boven de nieuwbouw
- Doel: Kleinschalige, multifunctionele wijkvoorziening in de wijk Alkmaar West, waarin activiteiten en diensten op het terrein van ontmoeten, welzijn en zorg gecombineerd worden
- Start bouw in 2011



Alkmaar-West





Vraagstelling

- Hoe zou je vanuit het palet van de leefstijlen in West het beste omgaan met:
 - Aard van de activiteiten en diensten
 - Betrekken van mensen
 - Communicatie
- Verder:
 - Hoe kunnen we afkomen van het ouderenimago?
 - Kinderen en jongeren: is er toch iets te halen voor deze groepen in het wijksteunpunt, passend binnen het concept. Zijn er gezien de kleuren in de wijk, eventueel alternatieve locaties te bedenken?
 - Migranten: zijn migranten bij het wijksteunpunt te betrekken en zo ja, op welke wijze?



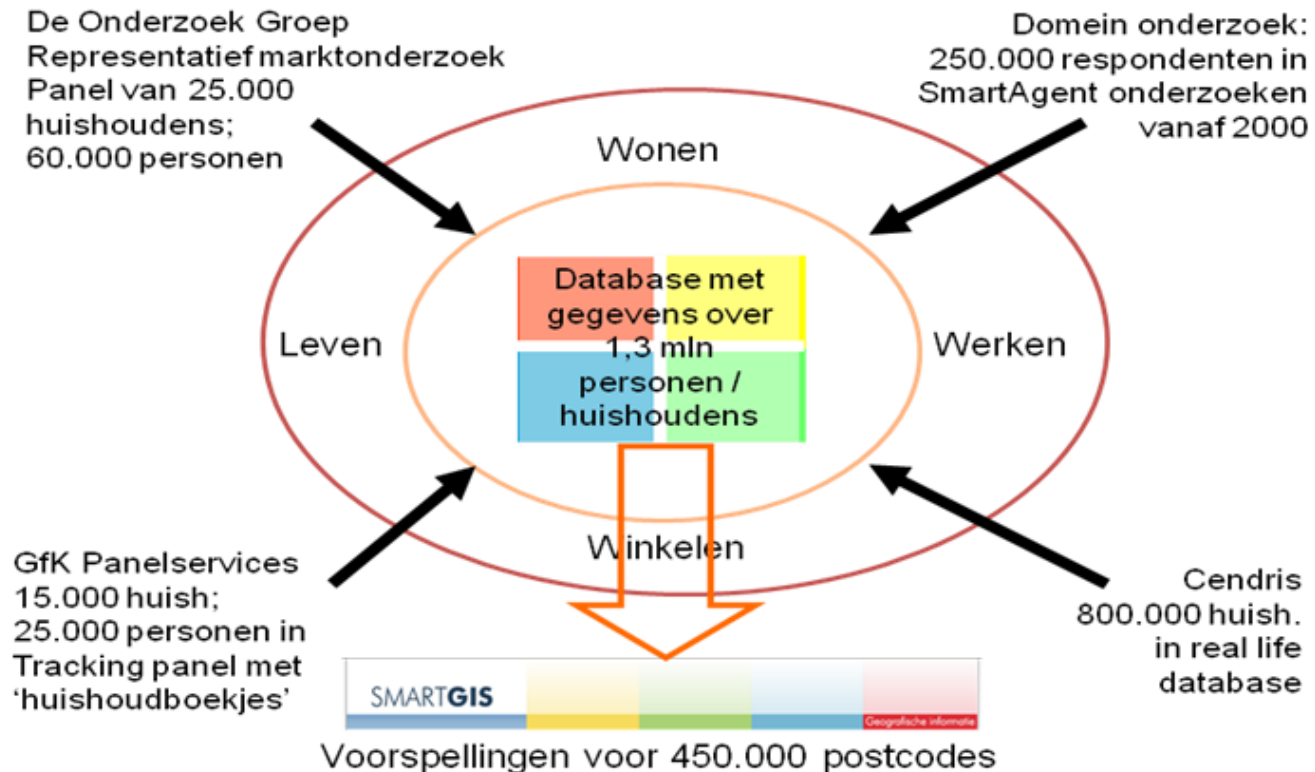
Wie woont er achter de brievenbus?





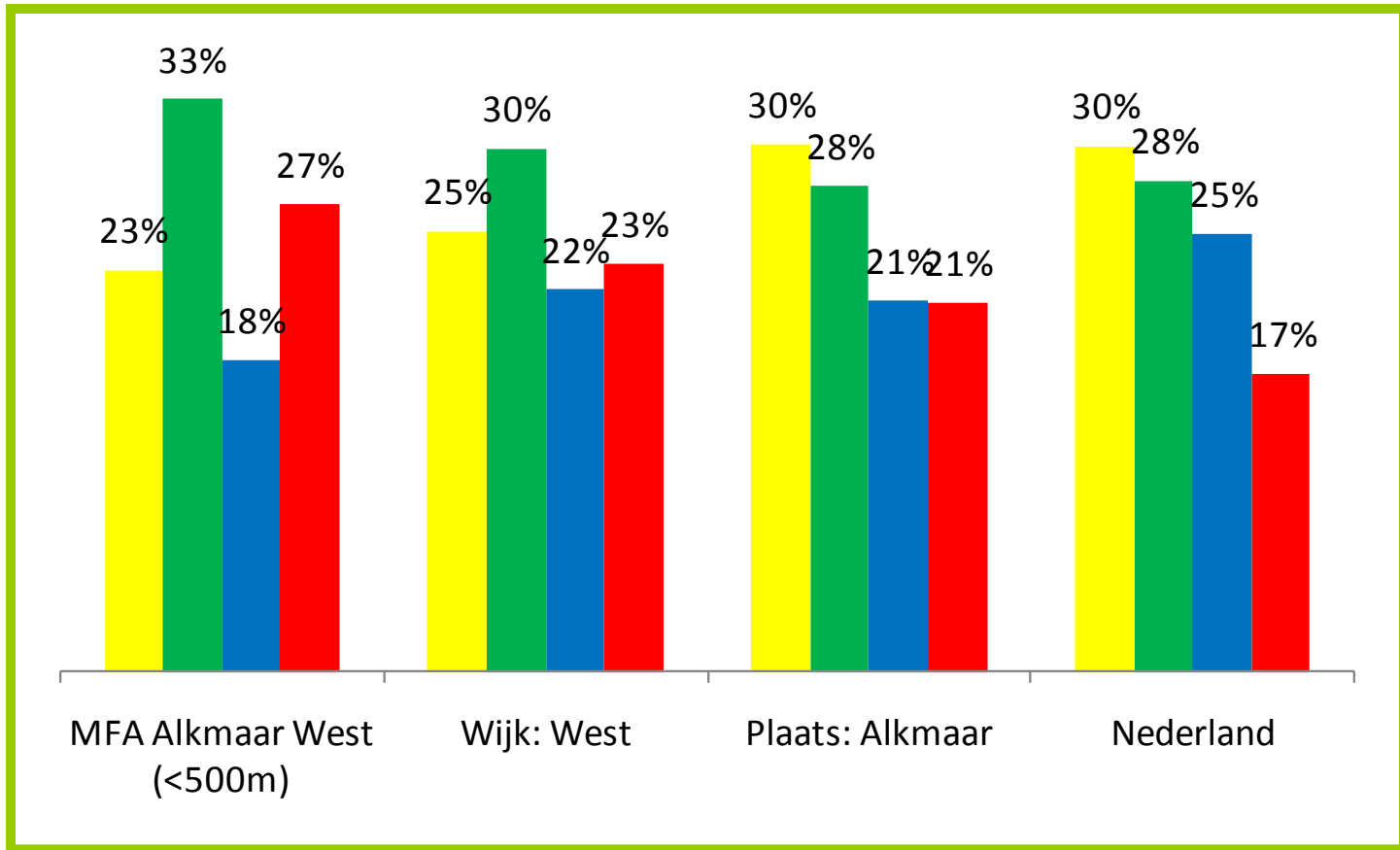
Landelijke database

- SmartAgent beschikt over een landelijk dekkende database met daarin de leefstijlverdeling op alle zes-positiepostcodes (6ppc) in Nederland.
- Tevens sociaal-demografische gegevens (inkomen, leeftijd, opleidingsniveau, etc), interesses en hobby's, woonwensen



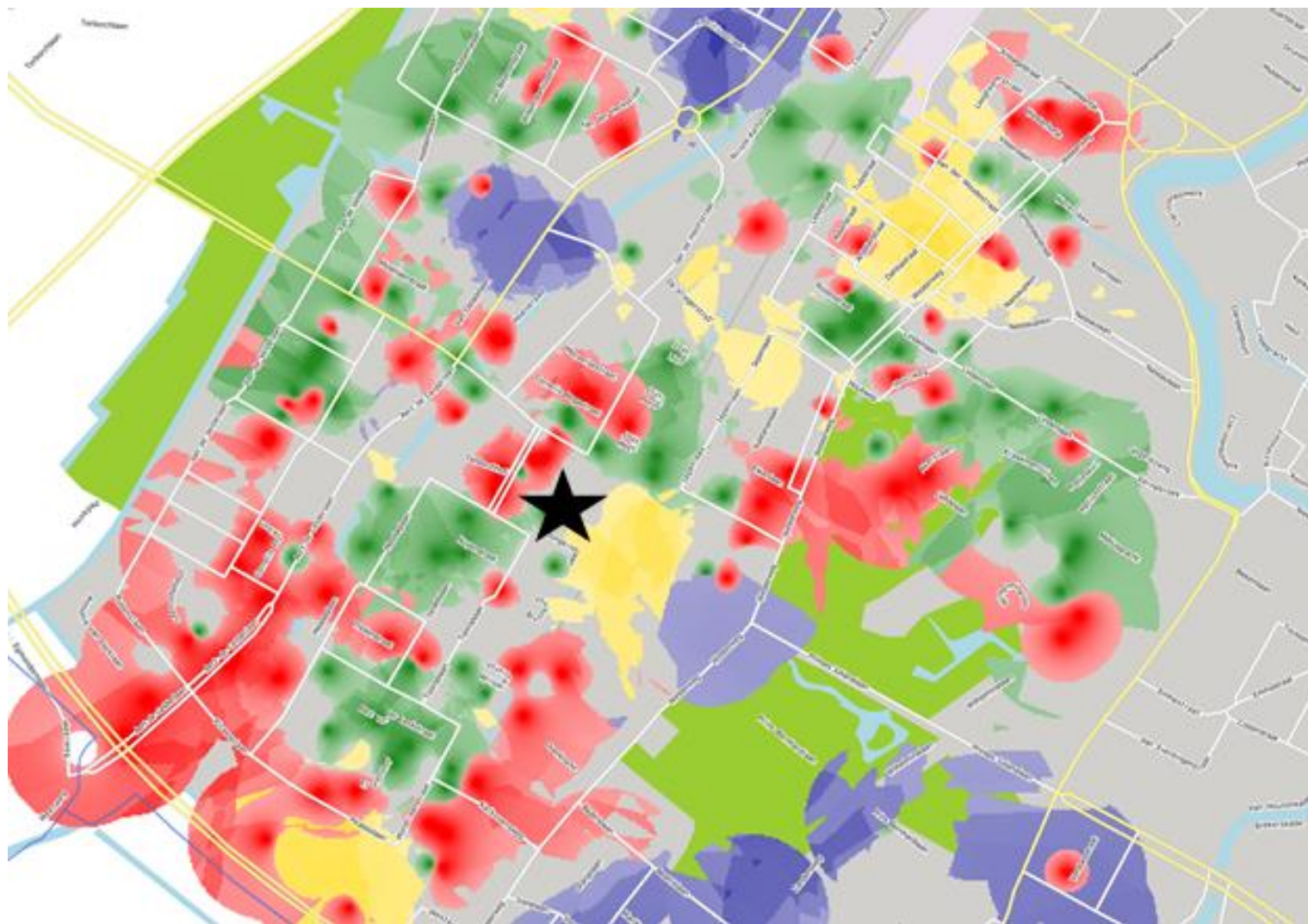


De leefstijlen in de omgeving





De dominante kleuren in de wijk





Enkele sociodemografische gegevens

Leeftijd	MFA Alkmaar (<500 meter)	Wijk West	Plaats Alkmaar	Nederland
t/m 34 jaar	25%	26%	26%	22%
35 - 44 jaar	11%	16%	22%	22%
45 - 54 jaar	15%	15%	17%	19%
55 - 64 jaar	12%	14%	16%	17%
65 jaar en ouder	36%	28%	19%	20%
HH situatie	MFA Alkmaar (<500 meter)	Wijk West	Plaats Alkmaar	Nederland
1/2 pers. HH jong	21%	22%	20%	16%
1/2 pers. HH mid.	13%	13%	17%	15%
1/2 pers. HH oud	48%	40%	32%	33%
Gezin kind jong	3%	6%	10%	11%
Gezin kind midden	7%	9%	8%	9%
Gezin kind oud	9%	10%	13%	15%
Inkomen	MFA Alkmaar (<500 meter)	Wijk West	Plaats Alkmaar	Nederland
Beneden modaal	36%	16%	30%	28%
Modaal	40%	38%	38%	37%
1,5x modaal	17%	19%	19%	19%
2x modaal	5%	24%	8%	9%
Vanaf 2,5x modaal	2%	2%	5%	7%
Opleiding	MFA Alkmaar (<500 meter)	Wijk West	Plaats Alkmaar	Nederland
Laag	33%	28%	30%	32%
Midden	31%	34%	38%	35%
Hoog	36%	37%	31%	33%



Hobby's en interesses van de inwoners rondom het MFA





Workshop 'Werken met Wijkprofielen'

1. Wie is de consument?
2. Wijkprofielen
3. Werken met wijkprofielen



Werken met Wijkprofielen

- Welke **propositie** ga je aan de bewoners bieden?
 - Gebouw en locatie, indeling
 - Sfeer en aankleding
 - Programma, diensten, activiteit
- Hoe **communiceer je** dat met je doelgroep (medium, tone of voice, frequentie, ...)



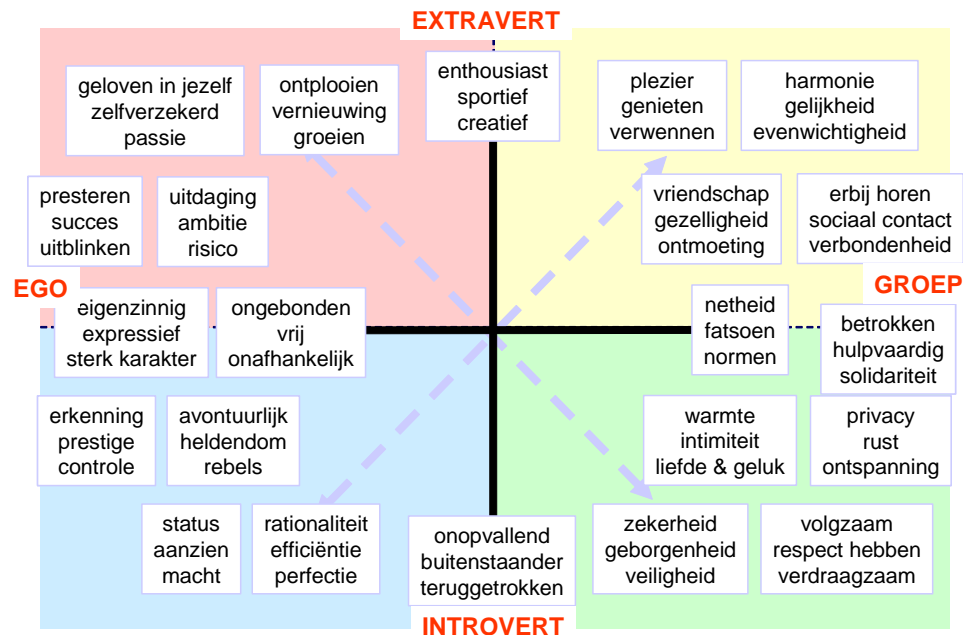
Uitwerking



Werken met Wijkprofielen – casus Alkmaar

Geel kan bindende factor zijn in groene wereld

- Binding tussen jong en oud, arm en rijk, allochtoon en autochtoon
- ‘Open naar de wijk’
- Geel wil graag met iedereen omgaan in de wijk, niet alleen met mensen die ze kennen





Sfeer en uitstraling

Sfeer en uitstraling

- Mogelijkheid voor ontmoeting, daarmee haal je ze binnen
- Makkelijk toegankelijk, laagdrempelig
- Open uitstraling, veel glas
- Niet alleen gezelligheid, maar ook activerend. Er is wat te doen, je kunt 'er iets halen'.
- Een wijksteunpunt als mix van professionele steun en vrijwilligerswerk.
- Stimulerende, activerende omgeving



Gebouw en locatie / diensten en activiteiten

Gebouw en locatie

- Open karakter, binnen en buiten lopen goed in elkaar over, bijvoorbeeld door middel van een buitenterras
- Je moet kunnen zien wat er in het pand gebeurt, transparantie
- Flexibele ruimtes, geen beperkingen
- Parkeervoorziening, goed toegankelijk voor ouderen
- Ontmoeting in buitenruime

“Laten we samen de wijk leuker maken”

- Informatie + educatie
- Ontmoeting
- Middelpunt van de wijk voor activiteiten
- Buurt-wijkevenementen



Communicatie - groen



Aansprekende kanalen

- **Krant:** regionaal dagblad, De Telegraaf, kabelkrant
- **Evenement, type beleving:** open dag
- **Tijdschrift, type:** Puzzel, Klussen, Natuur, Handwerken
- **Televisie:** kijkt vaak ook naar regionale omroep

Communicatie en participatie

- Een - op - een begeleiding
- Langdurig en uitvoerig informeren (vertrouwen winnen)
- Inzetten op sociale zekerheid en veiligheid
- Inzetten op groepsnormen en waarden

Activiteiten en acties

- Spreekuren
- Mensen opzoeken (bijv. op de markt)

Aansprekende beeldtaal



Bijvoorbeeld te vinden in/ op:
Tuin- en klustijdschriften,
RTL 4 en
de regionale omroep





Communicatie - geel



Aansprekende kanalen

- **Evenement , type *beleving*:** gezinsuitje
- **Krant:** regionaal dagblad, Metro, Spits
- **Internet, *sites*:** Spelletjes, Chatten/Contacten, Mode
- **Tijdschrift, *type*:** Sport, Damesbladen, Opvoeding

Communicatie en participatie

- Groepsgewijze benadering (samen)
- Het is goed voor (de sociale contacten in) de buurt
- Uitstraling fris, vrolijk, helder

Activiteiten en acties

- Wijkevenement/ buurtfeest

Aansprekende beeldtaal



Bijvoorbeeld te vinden in/ op:
Flair, Yes, SBS en RTL 4

