

FDOL

Digital Communications

Greenpeace

Significant meer Facebook likes voor Greenpeace Nederland

Recap briefing

Greenpeace Nederland wil op Facebook hét duurzame sociale platform worden voor het Nederlandse publiek. Om dit te kunnen doen moet het twee dingen bewerkstelligen op de Facebookpagina: bereik (likes) en goede content om de community te bedienen en verder organisch te laten groeien.

Om het bereik te creëren zijn wij gevraagd om een simpele campagne te bedenken die dit op een ludieke en opvallende manier gaat behalen. De campagne heeft geen gericht thema zoals Detox of andere bestaande issues maar zal zich richten op Greenpeace in het algemeen. Een corporate campagne voor de Facebook pagina van Greenpeace Nederland.

Doelstelling

- Het creëren van minimaal 30.000 likes
- Deze likes op termijn converteren naar leads

Doelgroep

- Geslacht: man of vrouw
- Mindset: 21 - 30 jaar
- Hoger opgeleid: HBO/WO
- Jonger segment is net-werkend of bijna afgestudeerd
- Bewust van milieuproblemen maar weet niet hoe hij/zij hier kan bijdragen aan het oplossen hiervan
- Modern - maakt gebruik van hedendaagse technologie en weet deze ook goed te gebruiken. Zijn bijvoorbeeld actief op Facebook en checken meerdere keren per dag hun Facebook newsfeed.
- Potentie op Facebook: >3 miljoen leden*

Waarom liked de doelgroep een Facebookpagina?

De twee belangrijkste redenen:

1. Publiekelijk tonen van mening (ik vind pagina x leuk) aan hun vrienden
2. Men krijgt er (op lange termijn) iets voor terug in de vorm van korting, incentives of iets anders concreets

Hoe gaan we die doelgroep laten like'en?

We laten de potentiële doelgroep zien dat er veel dubieuze merken op Facebook zijn met meer likes dan Greenpeace Nederland. Merken als Shell, McDonalds en Hummer vertegenwoordigen kernwaarden die haaks staan op die van Greenpeace en hebben tóch Facebookpagina's met tientallen tot honderden keren meer likes dan Greenpeace. Dat is een vreemde observatie als je kijkt naar wat Greenpeace voor de wereld betekent. Door de doelgroep met die kloof te confronteren maken we het aantrekkelijk zich online te profileren als pro-Greenpeace.

Van dit psychologische mechanisme maken we gebruik in **Greenpeace versus**



- FAVORITES
- News Feed
- Messages
- Events 12
- ADS
- Ads Manager
- PAGES
- Baked Poetry
- Pool
- Loqat.com
- Like Pages
- GROUPS
- Retard Rap 2
- Boksclub BAM
- Vier iets!
- Brankele.
- Create Group...
- APPS
- App Center
- The Guardian
- Photos
- Music
- Games Feed 20+

MORE >

Update Status Upload Photos / Videos Ask Question

What's on your mind?

SORT >

Sjaak
FREE DOWNLOAD:
SJAAK FT. REVERSE - KOM EN DOE HET VOOR ME

See Translation



Sjaak ft Reverse - Kom En Doe Het Voor Me
 soundcloud.com
 Biography: Strijder Systeem is the Dutch translation for Warrior System, and the musical believe of an artist called Sjaak.

Like - Comment - Share - 9 likes - 2 comments - 48 minutes ago

Maarten Verhey via G.I.G Entertainment
 Voor de nieuwe website van Edgar Davids' MONTA SOCCER maakte G.I.G Entertainment de foto's voor de webshop!



MONTA Soccer website 2012 - HOME
 www.montasoccer.com

Like - Comment - Share - 30 minutes ago

Ricky Verkaik likes this.

Write a comment...

Luc de Kock played Boddika & Joy Orbison - Froth on SoundCloud.

Anaïs d'Olivat commented on Olena Skalenko's photo: "kan me niet eens herinneren da..."

Elza Kroonenberg's birthday is today
 5 events this week

Sponsored Create an Ad

Greenpeace Nederland
 Greenpeace of Shell? Doe mee met de battle. Wie like jij?

Crazy Quirky Animal Tees
 Bring out the animal in you with these quirky t-shirts at Fab now! What's your animal?
 13,664 people like Fab Europe.

Vanaf morgen op Radio 4, het verhaal bij de Enigma Variaties van Edward Elgar

De Radio 4 **Hart & Ziel** lijst
LAAT MIJN VERHAAL HOREN

MEER INFO



WOENSDAG 24 OKTOBER 2012

AANMELDEN

15° WEER | VERKEER | VIDEO | BEURS | FOTO | VKbanen

zoeken op Volkskrant.nl

Volkskrant.nl

de Volkskrant
abonneer je | lees online

de Volkskrant
mobiel

de Volkskrant
nieuwsbrief

NIEUWS POLITIEK OPINIE BUITENLAND SPORT TECH & MEDIA

VKSHOP SERVICE

IN HET NIEUWS: DOPING IN DE WIELERSPORT | VERKIEZINGEN IN AMERIKA

'Assad gaat akkoord met tijdelijk staakt-het-vuren'



VANDAAG

ALLE

- 12:39 Mogelijk schikking tussen Van den Hurk ...
- 12:38 Balette opvolger Jans bij Standard
- 12:26 Standbeeld voor ijsbeertje Knut onthuld
- 12:24 Utrecht mag verder met bouw Entreegebouw
- 12:19 Marconi Oeuvre Award voor Felix Meurders
- 12:17 Heynckes verwacht spoedige rentree, ...
- 12:14 Twee keer Alpe d'Huez in slotweek ...
- 12:07 Formeel bezwaar tegen Microsoft ...
- 12:05 Politie vindt auto van vermoorde ...
- 12:03 'Als het om Curaçao gaat, is de ...

Lifestyle® home entertainment-systemen
235

De Kunst van het Presteren
Voor films. Voor muziek. Voor games. Van Bose.

MEER INFORMATIE >>

GREENPEACE vs KFC

Like 12k vs Like 25k



VS





VS





VS





VS





VS





Sarah Hagens likes **Greenpeace Nederland**

RELATED POST



Greenpeace Nederland

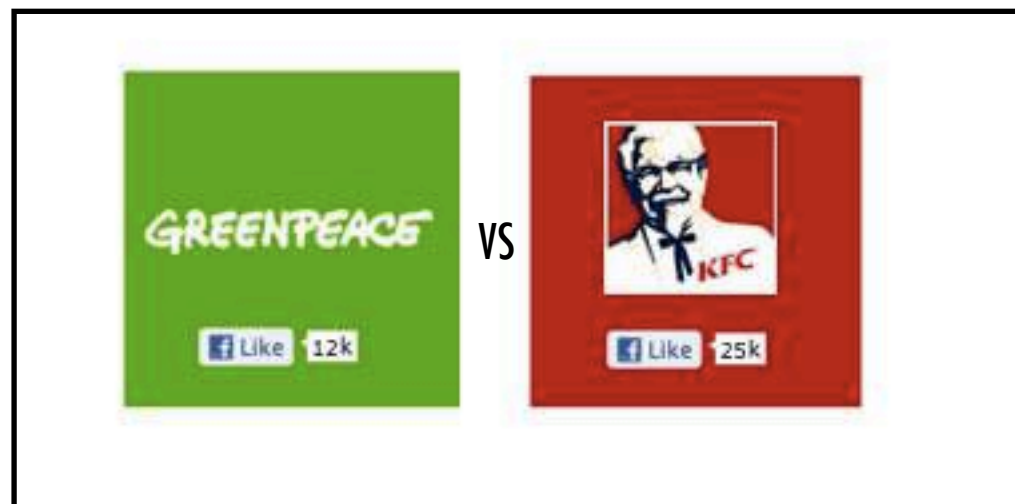
Like Page

Merken als Shell, McDonalds en Hummer vertegenwoordigen kernwaarden die haaks staan op die van Greenpeace en hebben toch Facebook pagina's met tientallen tot honderden likes.

Dat is vreemd als je kijkt naar wat Greenpeace voor de wereld betekent.

Doe mee met de battle. Wie like jij?

[See Translation](#)



Hugo Van de Hoef likes **Greenpeace Nederland**



Greenpeace Nederland
Community

Jos Kok and Ruud Van Lier also like this.



[Like Page](#) · [Find More Pages](#) · October 19 at 4:39pm · Sponsored

[Like](#) · [Comment](#) · [Share](#) · 81 10 20 · · Sponsored

GREENPEACE

f Like 12k

VS



f Like 1.7m

ESCAPE

Heineken

en Bier

Oftewel:

We pitchten de overweging “Greenpeace Nederland óf merk x” aan de doelgroep. Hierdoor forceren wij een keuze bij de doelgroep. In het kiezen like’en zij Greenpeace Nederland op Facebook: een kwalitatieve like vanwege de bestaande voorkeur voor Greenpeace.

Een extra idee: like en win niks

We kunnen ook voor de andere strategie gaan: like'en voor een incentive. Een incentive die niet rechtstreeks iets geeft aan de like'er. Vergelijk het met de incentive die je geeft aan een minderbedeelde tijdens kerst. Je geeft hem/haar iets en je verwacht er niets van terug. Dit doe je omdat je iets sympatieks wilt doen. Je hebt sympathie voor die persoon.

Wat als we met Greenpeace voor elke like 50 cent teruggeven aan mensen/organisaties die samen met ons werken aan een betere wereld? Een kerstgeschenk van Greenpeace en zijn like'ers, voor iedereen die ook zijn steentje bijdraagt aan een betere wereld.

Doneer je like en wij doneren voor een betere wereld.

FOOL

Digital Communications