

Kommunikationsplan for spillestedet Gimle:

ved Ibrahim Abdalla, Martin Dahl og Bergitta Simonsen

1. Kort rids om baggrunden

- Gimle er et spillested- og kultursted i Roskilde, med et godt omdømme blandt mange på egnen. Det er et socialt sted med aktiviteter til mange målgrupper. Gimle oplever det problem at de ligger forholdsvis tæt på København, og på den måde måske bliver overset, da flere vælger at tage til hovedstaden for at høre livemusik. Derfor ønsker Gimle et forslag til, hvordan de kan tiltrække flere gæster til Gimle.

2. Overordnede budskaber

- Få flere til at få øjnene op og opdage Gimles mange aktiviteter
- Lyt, hør & smag - Gimle er spillestedet for alle sanser og aldre.

3. Kommunikationsmål – 1/7 – 31/12 2019

- Øge kendskabsgraden – 30%
- 18.648 følger – øges med 10% på Facebook.

I sidste ende skal der selvfølgelig også flere besøgende.

Ved at få flere følgere på Facebook. Følgere er mere loyale end "likes", og er mere sandsynlige som besøgende på Gimle.

4. Prioritere målgruppe

- 17-29 år
- Studerende i Roskilde
- Størst brug af facebook mellem 89-96%[1]
- Målgruppen er meget ofte dele af sociale grupperinger når de er studerende på uddannelsesinstitutionerne, både i klasser, i studiemiljøer og i andre fællesskaber.
- Denne målgruppe udgør omkring 13.000.

5. Målgruppe & budskaber

- Fællesskab & Fed musik – til Færre penge!
- Studierabatter

6. Medier/ kanaler

Facebook og hjemmeside

- Opslag på diverse uddannelsesinstitutioners facebooksider og andre grupper.
- Konkurrence – tiltrække opmærksomhed og udlodde rabatter.
- Opdatere med Gimles programmer og aktiviteter.

Offline markedsføring

- Plakater og foldere på diverse uddannelsesinstitutioner i Roskilde, samt i områdets butikker, biblioteker og kommunale offentlige steder, multihal osv.
- Uddelinger af 5.000 ekstra af Gimles magasiner på uddannelsessteder i Roskilde
- Scan en kode i magasinet via facebook opslag og modtag en rabatkode til Gimles café.

7. Tidsplan

Formål	Budskaber	Målgrupper	Delmål	Medier	Tid	Ansvar	Aktivitet	Ressourcer	Succeskriterier	Feedback
Kendskab forøges med 30%	Fællesskab & Fed livemusik – til Færre penge!	Studerende i Roskilde (17 – 29 år)	Kendskab	Egen Facebook + sociale facebook grupper	1/7 – 31/12 2019	Afd. Marketing	Opslag opdateringer	5.000	30% af målgruppen er blevet eksponeret	Monitoring
	Tag en ven med til koncert og få rabat til café	DO	Følg os på facebook	Gimles eget magasin	1/9 – 30/11 2019	Afd. Marketing	QR kode i magasinet	45.000	10% flere følgere	Direkte måling
	Få studierabat	DO	,	Hjemmeside + facebook + magasin	1/9 – 30/11 2019	Afd. Marketing	Content på hjemmeside og facebook	-	7% flere besøgende	-

[1] <https://mediernesudvikling.slks.dk/2018/kort-nyt/brug-af-sociale-medier-i-2018/>