

Mechelen fossielvrij verwarmen

**Strategie en campagneconcept
v2.0**



Inhoudstafel

1. Analyse
2. Strategie
3. Strategie: Stel je ketel af
4. Strategie: 50 graden test en warmtepompadvies

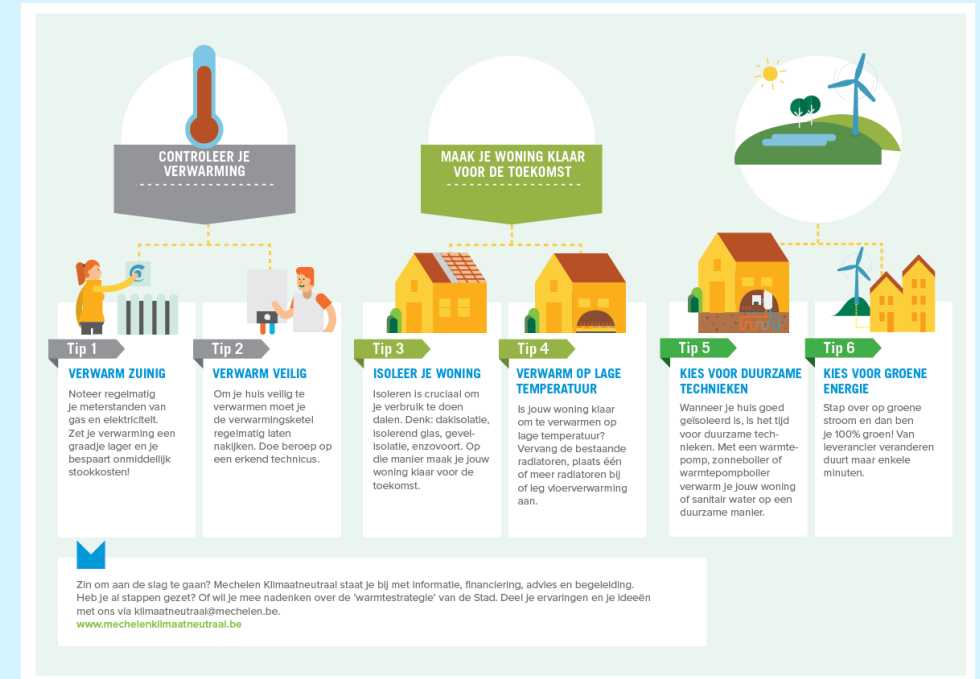


Analyse



Campagne Mechelen fossielvrij 2021

- Sterke verhalen, duidelijke informatie, maar onvoldoende bereik
- Sterke infografiek met uitleg over de drie onderdelen, duidelijke trechter
- Te weinig toegespitst op moeilijk bereikbare doelgroepen
- Mensen moeten te lang zoeken naar de informatie (te verspreid, moeilijk vindbaar op website)
- Gevoeligheden branding en kanalen → Stad Mechelen vs. Mechelen Klimaatneutraal
- Groepsaanbod warmtepompen → verwarring (nieuwe naam: warmtepompadvies)



Doelgroepen - Check je ketel

Zeer brede doelgroep

Mechelen + gemeenten rond Mechelen

- Verhuurders/eigenaars
 - Gepensioneerden
 - Alleenstaanden
 - Koppels met een vaste, goedbetaalde job
- Huurders
 - Jonge koppels/cohousers nieuw op de arbeidsmarkt
 - 30+ singles/koppels met een vaste, goedbetaalde job
 - Kwetsbare groepen – grote gezinnen en alleenstaanden met kinderen
- Tussenpersoon: warmtecoaches en installateurs
 - Communicatiekits



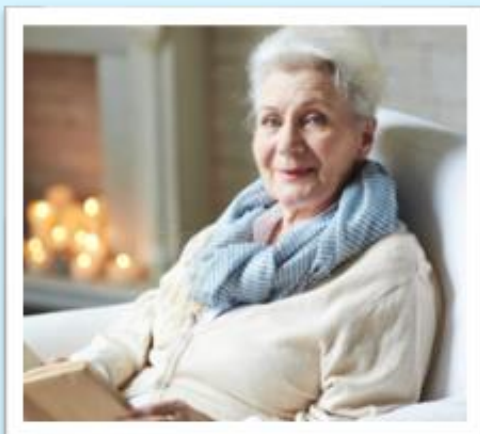
Doelgroepen - 50 graden test en warmtepompadvies

Huurder, verhuurders, eigenaars:

- Mensen met de **juiste ketel (!) (condensatie)**
- Mensen die willen **besparen** (zonder over te gaan op aankoop warmtepomp)
- Milieubewuste mensen die **interesse** hebben in een warmtepomp



Persona 1: verhuurder



- **Achtergrond**

- Vrouw, 70 jaar, met pensioen
- Alleenstaand
- 3 kinderen

- **Woonsituatie**

- Huurpand als belegging
- Verhuurt woning via het Sociaal Verhuurkantoor (SVK)

- **Budget**

- Geen mogelijkheid tot isoleren: laag budget en geen zin om nog meer te investeren

- **Hoe bereiken we haar?**

- Via het SVK (bv. nieuwsbrief)
- Moeilijker te bereiken via digitale kanalen
- Persoonlijk contact met de huurder

- **Verlangens/behoefes**

- Een waardestijging van het pand

- **Frustraties**

- Te veel regels rond leegstand
- Huurders die niet betalen

- **Hoe helpen?**

- Informatie over 'Check je ketel' (moet binnen de grenzen van het budget: huurder en verhuurder hebben bescheiden inkomen)

- **Tone of voice**

- What's in it for me? Besparen



Persona 2: verhuurder



- **Achtergrond**

- Man, 50 jaar
- Getrouwd
- 2 kinderen
- Particulier

- **Woonsituatie**

- Huurpand als belegging
- Appartement: gas, dubbel glas

- **Budget**

- Mogelijkheid tot isoleren
- Maar: zin om nog meer te investeren?

- **Hoe bereiken we hem?**

- Immokantoren
- Bank (wekt vertrouwen op, advies over renoveren)
- Digitale kanalen (gsm, laptop, krant)
- Persoonlijk contact met de huurder

- **Verlangens/behoefes**

- Een waardestijging van het pand

- **Frustraties**

- Te veel regels rond leegstand
- Huurders die niet betalen

- **Hoe helpen?**

- Duidelijk overzicht met mogelijke acties om te besparen – er is budget voor isolatie bv. (en dus ook om het pand in waarde te doen stijgen. Wel nog steeds binnen de grenzen van het budget)

- **Tone of voice**

- What's in it for me? Besparen + waardestijging



Persona 3: opstartende huurder



- **Achtergrond**

- Jonge koppels
- Net afgestudeerd, eerste job
- Plannen om later iets te kopen

- **Woonsituatie**

- Cohousing: met partner of vrienden
- Appartement: gas, dubbel glas
- Bereid om even op tanden te bijten

- **Budget**

- Budget gericht op locatie
- Budget gericht op toekomstige koop
- Budget niet gericht op energiewaarde

- **Hoe bereiken we hen?**

- Sociale media

- **Verlangens/behoefte/frustraties**

- Bezorgdheid: hoeveel kan ik sparen?
- Verplichting bij huurovereenkomst

- **Hoe helpen?**

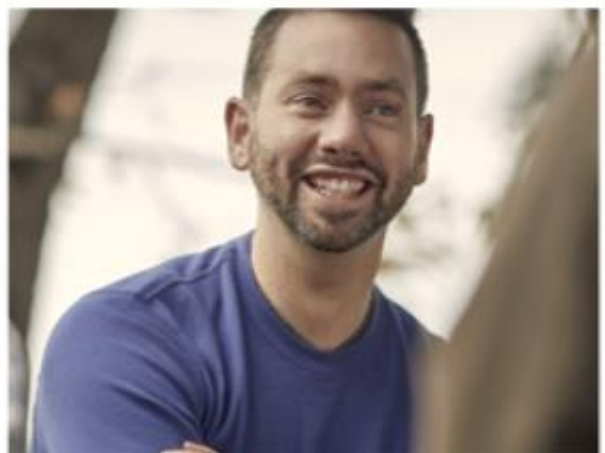
- 'Check je ketel' (framen vanuit budget)

- **Tone of voice**

- What's in it for me? Besparen



Persona 4: bewuste huurders



- **Achtergrond**

- 40 jaar
- Single
- Financieel voordelige job

- **Woonsituatie**

- Recent pand, opgeknapt
- Centrale verwarming op gas
- Goed geïsoleerd

- **Budget**

- Indien niet voldoende geïsoleerd, onderhandelen: isoleren in samenspraak met verhuurder
- Langere termijn, dus verhuurder meer bereid

- **Hoe bereiken we hem/haar?**

- Digitale media

- **Verlangens/behoeftes/frustraties**

- Budget
- Verplichting bij huurovereenkomst

- **Hoe helpen?**

- 'Check je ketel' framen vanuit budget/besparen



Persona 5: kwetsbare huurders



- **Achtergrond**

- Grote gezinnen, veel kinderen
- Alleenstaanden met een lager inkomen en kinderen

- **Woonsituatie**

- Klein, oud, niet geïsoleerd
- Vocht, schimmel, tocht, ventilatie
- Gaskachels, houtkachels (+ slecht onderhouden)

- **Budget**

- Weinig budget

- **Hoe bereiken we hem/haar?**

- Face to face (met visuele ondersteuning)
 - SAAMO
 - OCMW
 - Vertrouwenspersoon: dokter, Gezinsbond ...

- **Verlangens/behoefte/frustraties**

- Bezorgdheden:
 - Kan ik verwarmen?
 - Kan ik besparen?

- **Hoe helpen?**

- Gratis diensten/renovatiebegeleiding:
 - Verwarmingscoach
 - Energiepunt
 - Woon- en energieloket
 - Energiescan



Persona 6: eigenaars – klein budget – oude woning



- **Achtergrond**

- Eigenaars
- 65+
- Klein pensioen

- **Woonsituatie**

- Oude woning
- Gaskachels, houtkachels
- Slecht geïsoleerd

- **Budget**

- Klein budget

- **Hoe bereiken we hem/haar?**

- Face to face (met visuele ondersteuning)
 - SAAMO
 - OCMW
 - Vertrouwenspersoon: dokter, Gezinsbond ...

- **Verlangens/behoefte/frustraties**

- Bezorgdheden:
 - Kan ik verwarmen?
 - Kan ik besparen?

- **Hoe helpen?**

- Gratis diensten/renovatiebegeleiding:
 - Verwarmingscoach
 - Energiepunt
 - Woon- en energieloket
 - Energiescan



Persona 7: eigenaars – kleiner budget – recentere woning



- **Achtergrond**

- Alleenstaanden of jong gezin met kinderen

- **Woonsituatie**

- Recentere woning
- Centrale verwarming, gas, dubbel glas
- Isoleren is logische volgende stap

- **Budget**

- Kleiner budget

- **Hoe bereiken we hem/haar?**

- Vertrouwenspersoon (zoals de bank)
- Digitale media
- Offline media

- **Verlangens/behoefte/frustraties**

- Bezorgdheden:
 - Kan ik besparen?
 - Kan ik de factuur betalen?

- **Hoe helpen?**

- Info over 'Check je ketel'



Persona 8: eigenaars - groot budget – oudere woning



- **Achtergrond**

- Eigenaars, groter budget
- Getrouwd koppel, geen, één of twee kinderen die nog thuis wonen
- Getrouwd koppel, kinderen uit huis

- **Woonsituatie**

- Aardgas, centrale verwarming
- Grote ruimtes dus verwarmen kost meer
- Voldoende geïsoleerd
- Al dan niet al enkele zonnepanelen

- **Budget**

- Ruimte om het huis energiezuiniger te maken, goede investering

- **Hoe bereiken we hem/haar?**

- Digitale media
- Offline media

- **Verlangens/behoefte/frustraties**

- Wat zijn de beste keuzes voor mijn huis om de kosten te drukken?

- **Hoe helpen?**

- Info over 'Check je ketel' (vervanging/onderhoud)
- Info over 50 graden test (maar ketel moet daarvoor geschikt zijn)



Meetbare doelstellingen

Vraag 1: Bereiken we de doelgroepen?

- We willen dat **x-aantal** mensen naar de webpagina surfen met informatie over 'Check je ketel' (paginabezoeken via QR-codes, socialmediacampagnes...)
- We willen dat **x-aantal** mensen naar de webpagina surfen met informatie over de 50 graden test
- We willen dat **x-aantal** mensen naar de webpagina surfen met informatie over renovatiebegeleiding warmtepompen (warmtepompadvies)
- We willen **x-aantal** mensen bereiken met een socialemediacampagne

Vraag 2: Activeren we de doelgroepen?

- We willen dat **x-aantal** mensen hun ketel laten controleren
- We willen dat **x-aantal** mensen deelnemen aan de 50 graden test via het formulier
- We willen dat **x-aantal** mensen advies opvragen over warmtepompen (aanvragen)
- We willen dat **x-aantal** organisaties een folder aanvragen/inzetten (aanvragen)
- We willen dat **x-aantal** mensen een folder ontvangen tijdens een 1-op-1-gesprek
- We willen dat **x-aantal** mensen gebruikmaken van een vorm van gratis dienstverlening (aanvragen) → vragen aan partners om dit ook bij te houden



Aandachtspunten algemeen

Aanbod informatie

- Complex thema (fossielvrij, duurzaam ...) → vereenvoudigen. Momenteel is besparing top of mind, hiervan gebruik maken
- Informatie moet makkelijk vindbaar zijn + overal dezelfde boodschap uitdragen. Website moet eenvoudig zijn!
- Tone of voice: what's in it for me? → focussen op budget en comfort cfr. de energiecrisis
- Gebruik installateurs uit de Mechelen poel als kanaal eens ze bij de mensen thuis zijn voor ketelonderhoud. **Deze poel zal ten vroegste klaar zijn in januari 2023**
- Extra aandacht voor het bereiken van kwetsbare groepen

Branding

- Werken met opvallende beelden voor brede campagne en herkenbare getuigenissen voor meer specifieke acties → storytelling (gelinkt aan huisstijl Stad Mechelen)
- 2 touchpoints: een algemeen beeld voor brede publiekscampagne en media, en een vertaling naar 1-op-1-advies door sociaal werker of door adviseur in renovatie



Strategie



2 campagnes

1. Stel je ketel af

- Relevant voor alle doelgroepen
- Ingang, eerste contactpunt voor alle doelgroepen met onze campagne
- Zowel verspreiding in de stad als in 10 omliggende gemeenten → mogelijkheid tot neutrale campagne
- Vanaf januari 2023 inzetten op kwetsbare doelgroepen met behulp van pool installateurs

2. 50 graden test en Warmtepompadvies:

- Doelgroep is een pak kleiner (enkel mensen met moderne condensketel)
- Volgende stap in de campagne, voorzet richting warmtepomp maar ook optie tot besparing in de kijker
- Elite doelgroep. Kleiner en vaak beter in staat om zelf informatie op te zoeken
- Einddoel van Mechelen fossielvrij
- Probleem: groot tekort en wachttijd van 6 maanden → reclame maken niet gewenst

Opdeling budget:

- 80% -> Check je ketel
- 20% -> 50 graden test en warmtepompadvies



Strategie

Stel je ketel af

Check je ketel

Regel je ketel

...



Strategie - Check je ketel

Doelstelling

- Mensen **overtuigen** hun verplichte ketelonderhoud te laten uitvoeren door een erkend expert
- Mensen **overtuigen** om hun ketel in te stellen op 60 graden.
- Vanaf januari 2023 Mensen **informer** over het gratis aanbod van de stad Mechelen om je ketel na te kijken



Strategie - Check je ketel

Kernboodschap

- *“Door je ketel correct af te stellen, verbruik je minder. Dat zorgt voor een besparing op energiekosten en is beter voor het milieu”*



Strategie - Check je ketel

Kernboodschap deel 2 vanaf januari 2023

- *“Mechelen heeft een poel van betrouwbare installateurs die jouw ketel kunnen onderhouden. Als je aan bepaalde voorwaarden voldoet is het onderhoud zelfs gratis”*



Strategie - Check je ketel

Kanalen

- Brede informatiecampagne via:
 - Sociale media
 - Stadsdrukwerk nieuwe maan/nieuwsbrieven
- Vanaf januari 2023 Flyers en brochures gericht op moeilijker bereikbare doelgroep
 - Afgeven bij begeleidend gesprek door sociaal werker of door renovatiecoach
- Persbericht bij lancering van campagne



Strategie - Check je ketel

Kanalen

- Landingspage op www.mechelen.be
 - Alle informatie in één oogopslag duidelijk.
 - Mogelijkheid vanaf januari 2023 om afspraak te boeken
 - Voor extra info doorlinken naar mechelen klimaatneutraal
- Mechelen klimaatneutraal: update nodig qua copy en foto
 - Makkelijkere navigatie naar de relevante info
 - FAQ en stap-voor-stap gids toevoegen om ketel op 60 graden te zetten



Strategie - Check je ketel

Uitgebreide kanalenmix

- **Digitale media van Stad Mechelen, Mechelen Klimaatneutraal en partnerorganisaties**
 - Sociale media
 - Websites: Landingpages
 - Website Mechelen Klimaatneutraal
 - Nieuwsbrieven
- **Drukwerk**
 - Stadsmagazine 'Nieuwe Maan'
 - 'Mechelen Klimaatneutraal'-krant indien deze tijdens de campagne verschijnt
 - Drukwerk partnerorganisaties BBL, SAAMO,...
 - Persbericht Kan een goed verhaal zijn: Stad Mechelen helpt inwoners door ketelonderhoud in de kijker te plaatsen en door gratis onderhoud aan te bieden. Eventueel in januari 2023
 - Brochure/flyer gericht op kwetsbare doelgroep, af te geven tijdens 1-op-1 gesprek.
 - Communicatiekits voor renovatiecoaches/installateurs die langsgaan bij mensen
- **Digitale zuilen in de stad**
 - Algemeen campagnebeeld



Strategie - Check je ketel

Creatief, visueel

- **Piste van de ketelmannetjes**




Piste 1: ketel-mannetjes

- Erg opvallende visuals, die een breed publiek aanspreken
- Divers in geslacht, leeftijd, afkomst ...
- Copy in 3 niveaus:
 1. Bovenaan: meteen focus op de kern van wat de actie wil bereiken:
“Regel een onderhoud”, met het voordeel voor de lezer: “Je bespaart”
 2. Centraal: het ketel-figuurtje “praat”, spreekt de lezer actief toe.
 3. In caption op social media, of onderaan in drukwerk: in korte, eenvoudige copy inhaken op wat het ketel-figuurtje zegt en de lezer naar de CTA en landingspage leiden.
- Een gevarieerde reeks van 3 of 4 ‘typetjes’ met telkens andere copy



Strategie - Check je ketel

Ketel 1: Soraya	Vrouw	21 jaar oud	Noord-Afrikaanse	Sportieve moslima
Ketel 2: Thomas	Man	45 jaar oud	Wit	Druk gezinsleven, vermoeid
Ketel 3: Mieke	Vrouw	65 jaar oud	Wit	Beginnende gepensioneerde
Ketel 4: Jeffrey	Man	30 jaar oud	Donkere huidskleur	

Strategie - Check je ketel

Overkoepelende zin:

- Fase 1:
 - Maak je ketel écht efficiënt en bespaar tot 8 procent
 - Geef je ketel een onderhoud cadeau, en bespaar tot 8%
 - Voor je ketel ga je nooit fout met 8% en een onderhoud
 - Stel je ketel bij en maak je portemonnee blij!
- Fase 2:
 - Doe de 50-gradentest en kom te weten of jij efficiënter kan verwarmen!



Strategie - Check je ketel

Mannetje 1: Soraya

- Fase 1:
 - Elke ketel kan zo *cool* zijn als ik!
- Fase 2:
 - Een conditietest? Dan liever de 50-gradentest!
(zweetbandje)
 - Verwarm ik al op m'n best? Doe de 50-gradentest!
(medaille met nummer 1)



Strategie - Check je ketel

Mannetje 2: Thomas

- Fase 1:
 - Liever een onderhoud dan uitgeblust door een mid-life crisis!
 - Uitgeblust door een midlife-crisis? Tijd voor een onderhoud!
 - Ik wil niet uitstellen – laat je me afstellen?
- Fase 2:
 - Ik ben helemaal ontstresst door de 50-gradentest!
(Tas thee)
 - Ik werk graag op m'n best – doen we samen de 50-gradentest?
(Computer)



Strategie - Check je ketel

Mannetje 3: Mieke

- Fase 1:
 - Tijd om te ontspannen, zet je me wat lager?
 - Ik ben nog niet zo oud – geef me gewoon een onderhoud!
- Fase 2:
 - Krakende knieën houden me niet tegen: ik doe de 50-gradentest! (wandelstok)
 - Ik presteer net zo goed op 50!



Strategie - Check je ketel

Mannetje 4: Jeffrey

- Fase 1:
 - Even knus in de zetel met een minder warme ketel
 - We nemen de horde, breng je mij in orde? (zweetbandje)
- Fase 2:
 - Ik doe mijn best voor de 50-graden test!
 - We hebben hard getraind – tijd voor de 50-gradentest! (zweetbandje)



Huisstijl >> punt van de kroon zichtbaar, of in outline werken
NOOT: dit zijn de oude mockups, niet de nieuwe te maken beelden

REGEL EEN ONDERHOUD EN BESPAAR TOT 15%



Ik kom niet meer op stoom, geef je me een onderhoud?

Laat je ketel op zijn beste werken. Regel een onderhoud en bespaar tot 15% op je verwarmingskosten. Dat is echt zo geregeld. Heb je recht op het sociaal energietarief dan is het onderhoud helemaal gratis. Lees er alles over op onze website.
→ mechelenklimaatneutraal.be

KLIMAATNEUTRAAL MECHELEN

REGEL EEN ONDERHOUD EN BESPAAR TOT 15%



Ik werk zo hard, help je me vol gas geven?

Een propere ketel werkt beter. Regel een onderhoud en bespaar tot 15% op je verwarmingskosten. Dat is echt zo geregeld. Heb je recht op het sociaal energietarief dan is het onderhoud helemaal gratis. Lees er alles over op onze website.
→ mechelenklimaatneutraal.be

KLIMAATNEUTRAAL MECHELEN

REGEL EEN ONDERHOUD EN BESPAAR TOT 15%



Ik maak jullie warm, maken jullie mij proper?

Een propere ketel werkt beter. Regel een onderhoud en bespaar tot 15% op je verwarmingskosten. Dat is echt zo geregeld. Heb je recht op het sociaal energietarief dan is het onderhoud helemaal gratis. Lees er alles over op onze website.
→ mechelenklimaatneutraal.be

KLIMAATNEUTRAAL MECHELEN

Check je ketel – ruwe inschatting Timing

- Ketelmannetjes ontwikkelen:
 - 6-7 november ruwe schetsen
 - 10-11 november feedback
 - 12-18 november afwerking
- Sociale media + nieuwsbrief afgeleiden + animaties:
 - 19-26 november inclusief feedbackrondes
- Website landingpages en copy klimaatneutraal (beide pagina's)
 - 19-26 november design
 - 26-30 november implementatie
- Drukwerk nieuwe maan opmaak:
 - Deadline aanlevering?
- Drukwerk brochure januari 2023 opmaak en copy:
 - December



Strategie

50 graden test en warmtepompadvies



Strategie - 50 graden test en warmtepompadvies

Samen met veel Mechelaars hetzelfde traject

- We zetten aan de start van de campagne in op het ronselen van deelnemers
- We houden deze deelnemers op de hoogte over zuinig verwarmen en de test via nieuwsbrieven, FAQs en webinars
- In januari organiseren we een gezamenlijk moment om de test uit te voeren
 - We wachten op de koude periode
 - We voorzien capaciteit om mensen individueel te helpen bij vragen, zo houden we maximaal rekening met veiligheid
 - Wie slaagt krijgt **gericht advies** over warmtepomp



Strategie - 50 graden test en warmtepompadvies

Doelstelling

- Mensen **overtuigen** om **samen in januari** deel te nemen aan de 50 graden test
- Mensen **informereren** dat bij sommige ketels en in sommige woningen 50 graden warm genoeg is om het huis **comfortabel** te verwarmen
- Mensen **informereren** dat wanneer ze slagen in de 50 graden test, hun huis geschikt is voor een warmtepomp zonder een extra investering in vloerverwarming en dat de stad Mechelen hen kan bijstaan met **warmtepompadvies**



Strategie - 50 graden test en warmtepompadvies

Kernboodschappen

- *“Door je ketel op 50 graden te zetten, kan je nagaan of jouw huis geschikt is voor een warmtepomp”*
- *“Misschien kan je je huis goedkoper verwarmen met hetzelfde comfort: doe de 50 graden test”*
- *“Als je slaagt voor de 50 gradentest is een warmtepomp ook voor jou een optie! Zelfs zonder ingrijpende renovatie”*



Strategie - 50 graden test en warmtepompadvies

Kanalen

- Gerichte campagne via sociale media en nieuwsbrieven
 - Retargetting van mensen die al op de website kwamen, mensen die vorig jaar interesse toonden
- Website
 - Landingspagina voor de 50 graden test met alle info in één oogopslag. Doorlinken naar Mechelen klimaatneutraal voor diepgaande info:
 - Duidelijke info over hoe ze de test kunnen meedoen, **hulp bij instellen** van ketel. Hier is een oefening qua **copy en layout** nodig: bvb warmtepompadvies,...
- Communicatiekit meegeven met installateurs, renovatiecoaches ... Mensen die in huis komen bij ketel onderhoud (poel januari 2023)
 - Afgeven bij begeleidend gesprek
 - Zeer belangrijk om hier de trechter te volgen: wanneer onderhoud gebeurt, gesprek aangaan over 50 graden test!



Strategie - 50 graden test en warmtepompadvies

Assets

- Zie boven. Ketelmannetjes komen terug met extra accessoire en nieuwe boodschap.



Check je ketel – ruwe inschatting Timing

- Sociale media + nieuwsbrief afgeleiden + animaties:
 - 19-26 november inclusief feedbackrondes
- Website landingpages en copy klimaatneutraal (beide pagina's)
 - 19-26 november design
 - 26-30 november implementatie





pantarein

wearepantarein.be