

Nivra/Novaa

Onderwerp; stand voor de studiebeurs.

Nivra/Novaa wil de interesse voor het beroep van accountant stimuleren. En daarmee de instroom van nieuwe studenten, die uiteindelijk accountancy gaan studeren, vergroten. Zo komen er op termijn voldoende goed opgeleide accountants om aan de vraag uit de markt te voldoen. Het beroep van accountant moet weer aantrekkelijk worden voor jongeren!

De opdracht

Zet het beroep van accountant weer terug op de kaart bij die jongeren die met hun studie- en beroepsoriëntatie bezig zijn. Doe dat op een dusdanige manier dat:

- jongeren een realistisch beeld krijgen van wat het beroep van accountant inhoudt;
- het imago van het beroep positief verandert;
- dat interesse in beroep (infoaanvragen voor opleidingen, bezoeken aan beursstands, bezoek aan site, bezoek aan open dagen e.d.) toeneemt.

Hoe staat de doelgroep tegenover accountancy?

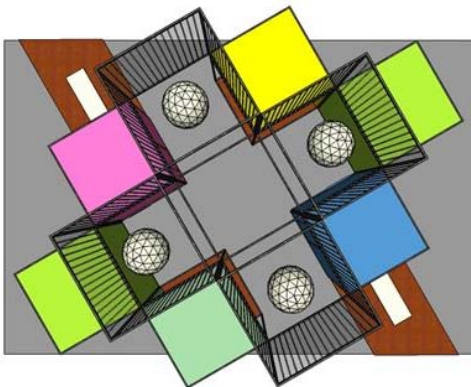
Doelgroepinsights

Jongeren en accountancy

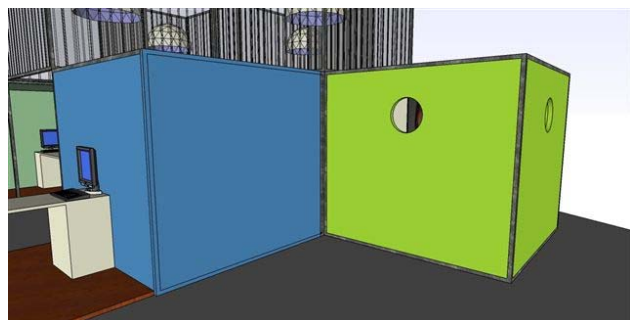
- Jongeren zien accountants als opperboekhouders en dat lijkt hen saai en duf; het beroep heeft geen dynamiek.
- Studenten weten inhoudelijk meer over het vak accountancy dan scholieren. Ze weten ook dat je zeker bent van een baan en dat het goed verdient, maar compleet beeld hebben ze niet.
- Jongeren weten maar een klein deel van al het werk dat een accountant echt doet en wat het beroep precies inhoudt. In eerste instantie denken ze: 'cijfertjes'. De menselijke kant aan het vak is onbekend, maar vinden ze erg interessant.
- Verantwoordelijkheid, vertrouwens- en adviesrol, impact van het werk zijn interessante aspecten voor jongeren.
- Je moet als accountant lef hebben om je rug recht te houden vanuit je onafhankelijke positie.

Het concept van de huidige stand

Op de huidige stand van Nivra/Novaa op de studiebeurs kan je een kijkje nemen in de wereld van een accountant in de vorm van een kijkdoos. Via een ronde opening in de stand wordt je verteld wat een accountant allemaal doet. Het nadeel van deze stand is dat je al wel heel erg geïnteresseerd moet zijn om je hoofd in een opening te steken om zo informatie te verkrijgen. De jongeren die deze actie ondernemen zijn al geboeid door het beroepenveld, terwijl je de potentiële doelgroep, die je juist wil bereiken, laat lopen.



Bovenaanzicht

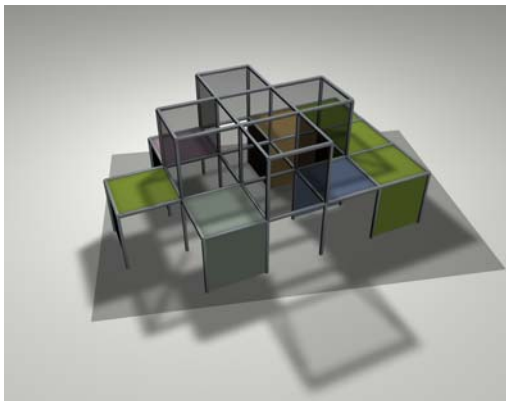


Zijaanzicht

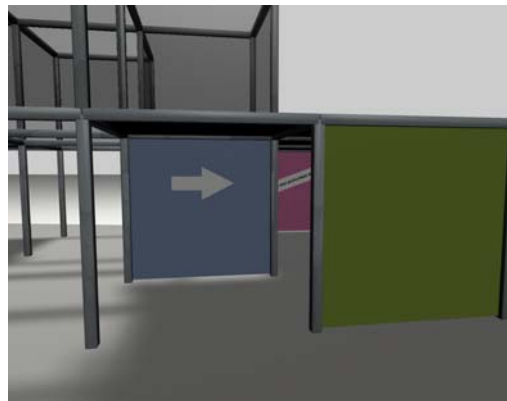
Creatief concept 01; het aanpassen/interactief maken van de huidige stand

Voor de huidige beursstand hebben we een interactief gedeelte toegevoegd. In dit gedeelte ziet en hoort de potentiële doelgroep wat een accountant allemaal doet. De doelgroep doorloopt in deze interactieve opstelling een aantal verhalen die door elkaar lopen. Belangrijk in deze ervaring is dat de doelgroep inziet dat je als accountant niet alleen met cijfers en jaarverslagen aan de slag gaat, maar dat er ook een sociaal aspect aan het beroepenveld zit, die de meeste jongeren nog wel eens vergeten.

In deze opstelling loop je langs verschillende portretten met ieder zijn eigen verhaal, waar je als accountant mee te maken hebt. Deze verhalen worden door middel van je aanwezigheid in de gang geactiveerd. Terwijl je door de gang loopt, krijg je audiovisuele informatie tot je. Zonder dat je er iemand over hoeft aan te spreken, weet je aan het einde van de gang wat een accountant doet.



Totaalshot



Ingang



Portret

Waarom een interactieve gang?

Op de studiebeurs heb je verschillende jongeren met ieder hun eigen interesses oordelen maar vooral vooroordelen. We willen de nieuwsgierigheid bij de potentiële doelgroep met deze opstelling opwekken. Er staat namelijk niet bij de ingang;

- Kom kijken wat een accountant doet!
- Wil je weten wat een accountant doet?

Maar een open uitnodiging zoals;

- Entree
- Ingang
- Virtual tour

Met deze uitnodiging wekken we ook de interesse bij de doelgroep die in eerste instantie niets met accountancy wil gaan doen. Zonder folders, of alweer een gesprek aan te moeten gaan nemen ze zichzelf mee op een kleine ontdekkingstocht. Hopende op een reactie aan het einde zoals;

"Oh,... ik wist niet eens dat een accountant dat ook allemaal deed!"

Creatief concept 02; het ontwerpen van een geheel nieuwe beursstand

Voor deze opdracht hebben we een geheel nieuwe opzet bedacht die past binnen de huidige communicatiestrategie "Zo, nu weet je wat een accountant doet".

We hebben gekozen om de beursstand op te splitsen in twee delen;

Deel 01: Hier ontdek je wat een accountant allemaal doet:



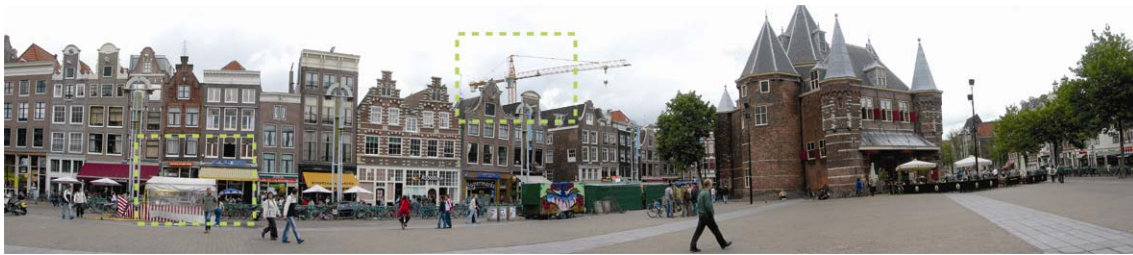
Deel 02: Hier vind je informatie de verschillende opleidingen:



Tussen de twee delen, die tegenover elkaar staan, ligt het gangpad van de studiebeurs zelf, waardoor de doelgroep automatisch langs de opstelling loopt.

Invulling van de beursstand;

Als we langs de beursstand [deel 01] lopen zien we een groot panorama van 3,5 meter hoog en zo'n 14 meter breed. Deze panorama wordt middels drie beamers geprojecteerd op een ronde wand die de gehele oppervlakte beslaat. De beelden kunnen dus om de zoveel tijd worden veranderd, zodat je er de ene keer een straatbeeld in Amsterdam [Zie onderstaande foto] geprojecteerd ziet staan, terwijl de andere keer een panorama van een gate op schiphol verschijnt.



Voor deze wand staan drukknoppen, welbekend van de televisiespelprogramma's. Als men op één van deze knoppen drukt, start er een filmpje binnen het panorama. In dat korte filmpje wordt dan verteld wat dat onderdeel in de foto te maken heeft met een accountant.

Bijvoorbeeld;

We zien een panorama van Amsterdam met daarop een marktkraam en een hijskraan [Zie bovenstaande foto] als men op een knop drukt wordt er in willekeurige volgorde een filmpje afgespeeld wat met dit onderdeel te maken heeft. Bijvoorbeeld bij de hijskraan;



"bekijken of bouwbedrijf x een eigen hijskraan kan aanschaffen, zodat ze deze niet meer hoeven te huren."

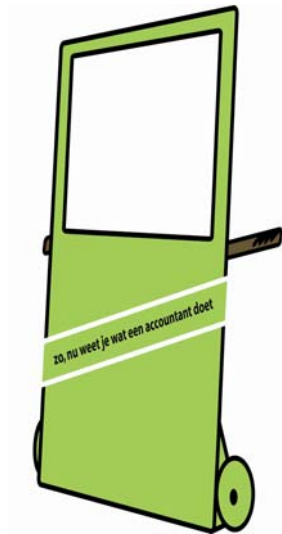
We hebben gekozen voor deze opstelling om de drempel om de stand te bezoeken zo laag mogelijk te houden. Bezoekers willen namelijk niet graag "in" een stand zitten waar ze zich opgesloten voelen. Vooral als ze maar eventjes willen kijken willen ze snel kunnen "vluchten". Vaak zijn ze gespreksmoe als ze een tijd op de beurs rondlopen, een confrontatie met medewerkers is dan niet gewenst.

Dit is dan ook de reden dat we de stand hebben opgedeeld in tweeën.

In het andere gedeelte van de stand, aan de overkant van deel01, kun je de informatie verkrijgen over het vakgebied accountancy. Er staat een grote bank waar je even kan zitten en de stand kan overzien.

Aan één zijde zijn flatscreen televisies geplaatst waarop de uitingen te zien zijn, met de bijbehorende fotografie. Ook kan je daar aan een bar zitten waar je informatie van pc en/of medewerker kan krijgen.

Creatief concept 03; een mobiele stand



Mobiele stand



Op de studiebeurs

Jongeren die niet geïnteresseerd zijn, gaan ook niet op zoek naar informatie. We moeten ze dan ook op een ludieke manier in contact laten brengen. Hiervoor gebruiken we een mobiele stand die de hele studiebeurs overgaat.

Met deze mobiele stand confronteer je de bezoeker met het vak accountancy op een manier die de doelgroep aanspreekt. Je speelt in op de situatie of kledingstijl.

In deze mobiele stand is een monitor geplaatst met aan de achterkant een toetsenbord. Op het scherm komt informatie te staan over die specifieke trui, iPod, sneakers of flesje drank.