

Publiciteitsinformatie voor groepen die in Ostade A'dam spelen

Het belang van goede publiciteit

In Ostade A'dam zijn ruim 200 voorstellingen per jaar te zien. Hierdoor is de inspanning die wij per voorstelling kunnen leveren beperkt, zeker voor extra/specifieke publiciteitsacties. Het belang van publiciteitsinspanning door de groep is dus groot. Vooral omdat uit onderzoek blijkt dat 60% van onze bezoekers via de groep over een voorstelling hoort. De rest haalt zijn informatie uit de Uitkrant en andere media, onze digitale nieuwsbrieven en van onze website.

In dit document wordt uitgelegd wat wij op het gebied van publiciteit voor voorstellingen doen en wat wij van groepen verwachten. Alleen met een sterke wederzijdse inspanning kan de hoogst mogelijke output gerealiseerd worden. Dit is een gezamenlijke verantwoordelijkheid van Ostade A'dam en de groepen die in ons theater spelen.

Wij kijken uit naar de samenwerking. Zijn er nog vragen, schroom dan niet om contact op te nemen.

Met vriendelijke groet,

Rinske Verdult - Communicatie Ostade A'dam

Julia Rachman - Marketing Ostade A'dam

E. communicatie@ostadeadam.nl marketing@ostadeadam.nl T. 020 671 24 17

Wat vragen we van jullie

Tien tot acht weken voor de eerste dag van de maand van de voorstelling

- **Voorstellingsinformatie.** Gebruik voor het aanleveren het daarvoor bestemde formulier *Aan te leveren informatie voor groepen!*
- Beeld in hoge resolutie (hr = 300 dpi cmyk), zowel horizontaal als verticaal beeld. Bij voorkeur een campagnebeeld én scènefoto's, maar in ieder geval **horizontaal beeld** zonder tekst. Vermeld de naam van de fotograaf in de bestandsnaam.
- Trailer/backstage informatie/filmpjes/foto's, voor onze website en voor Facebook.

Zes tot vier weken voor aanvang voorstelling

- Drie affiches (A2-formaat) en 250 flyers (A5-formaat).*
- Optioneel: Gadgets ter promotie van de voorstelling.

Vermelding

- Voor kaartverkoop en meer info graag verwijzen naar www.ostadeadam.nl
- Ostade A'dam graag correct vermelden op jullie website en in andere uitingen: Ostade A'dam, Van Ostadestraat 233d, 1073 TN Amsterdam www.ostadeadam.nl (Let op: We heten geen Ostadetheater meer, onze nieuwe naam is **Ostade A'dam**).

Vrijkaarten

- Ostade A'dam stelt vier vrijkaarten per voorstelling beschikbaar. Indien gewenst kunnen meer vrijkaarten gereserveerd worden, deze worden na afloop door de afdeling administratie in rekening gebracht.
- Geef (vrij)kaarten in één keer door aan de afdeling Marketing middels het formulier *Gastenlijst Ostade A'dam*. De **gastenlijst** dient uiterlijk twee werkdagen voor aanvang van de voorstelling te worden aangeleverd. Bij de afdeling Communicatie/Marketing kunnen tevens voorverkoopstanden opgevraagd worden. **

Marketingplan

- Stel (voor eigen gebruik) een marketingcampagne op met een strategie en een publiciteitsplanning. Denk na over je Unique Selling Points (USP's), je marketingdoelstellingen, de doelgroepen van de voorstelling en met welke middelen deze het best bereikt kunnen worden.

* Onze ervaring is dat voorstellingen zonder analoog materiaal beduidend minder goed verkopen dan voorstellingen waarvan wel specifieke flyers en posters zijn.

** Voor zaalhuuractiviteiten geldt uiteraard dat zoveel vrijkaarten als gewenst uitgedeeld mogen worden. Ostade A'dam brengt hiervoor geen kosten in rekening.

Wat krijgen jullie van ons

Online promotie

- Vermelding op de website www.ostadeadam.nl (tekst, beeld, link naar website en Facebook van de theatergroep en eventueel trailer), 6-8 weken voor het begin van de maand waarin de voorstelling speelt.
- Vermelding in de maandelijkse **e-nieuwsbrief** (oplage 3.800). * * *

Fysieke promotie

- **Free publicity** via (lokale) media middels een maandelijkse persmailing: o.a. Uitkrant, NL20, Parool, NRC, TM, Bulletin De Pijp, Echo, Amsterdams Stadsblad en Amsterdam FM. Ter info: het gaat hier om het aanleveren van informatie over onze gehele programmering voor uitagenda's. Er worden in principe geen persberichten verstuurd voor afzonderlijke voorstellingen. * * *
- Ostade ontwikkelt twee keer per jaar een papieren flyer (oplage twee keer 10.000) met het programma voor de jeugd. Zzapp distribueert deze door de gehele stad. Tevens lopen wij zelf wekelijks routes langs na- en buitenschoolse opvang.
- A2-affiches worden 1 week van tevoren in de buitenvitrine opgehangen. In de foyer is geen ruimte voor AO-posters. Houd hier rekening mee met het drukken van materiaal. * * * *
- Flyers worden ten minste 4 weken van tevoren in de foyer neergelegd. Ostade verzorgt geen verdere verspreiding van de flyers.
- Bij soortgelijke voorstellingen, voor dezelfde doelgroep, delen we in Ostade A'dam flyers uit.
- In de foyer wordt in de maand van de voorstelling de trailer getoond, indien beschikbaar.

Social media

- Waar mogelijk inzet van social media als Facebook (@ostadeadam, 2.500 likes), Twitter (@ostadeadam, 400 followers) en YouTube (goed beeldmateriaal vereist, videomateriaal gewenst).
- Ostade maakt zelf geen events aan. Indien de theatergroep een event aanmaakt, wordt deze gedeeld op de Ostade Facebookpagina.
- Like de Ostade Facebookpagina (www.facebook.com/Ostadetheater/) en **tag @ostadeadam** bij het plaatsen van een bericht. Ostade tagt ook de theatergroep in posts over de betreffende voorstelling. Zo wordt er een groter bereik gecreëerd.

Contactpersonen

- Vragen omtrent het contract: Mark Walraven via directie@ostadeadam.nl
- Borderellen/eindafrekeningen/facturen: Dhympe de Jong via administratie@ostadeadam.nl
- Techniek: Sandra Bergering via techniek@ostadeadam.nl
- Communicatie en pr: Rinske Verdult via communicatie@ostadeadam.nl
- Online marketing (website/social media/nieuwsbrief) en gastenlijst: Julia Rachman via marketing@ostadeadam.nl

Rinske Verdult en Julia Rachman,
juni 2016

* * * Dit geldt niet voor zaalhuuractiviteiten.

* * * * Posters van zaalhuuractiviteiten worden een paar dagen van tevoren opgehangen.