

Doel en doelgroep bepalen

Het is belangrijk om eerst je doel en doelgroep vast te stellen. De informatie die je hierbij verzamelt, is van belang bij het bepalen van de inhoud en de vorm van je ontwerp. Dus zorg ervoor dat je het doel en de doelgroep goed omschrijft. Begin niet in het wilde weg te ontwerpen, want dan schiet je zeer waarschijnlijk je doel voorbij.

Gebruik de volgende stappen bij het bepalen van je doel en doelgroep.

- Wat is het doel van het ontwerp? Denk aan de informatie die je wilt gebruiken.
- Welke elementen moeten in het ontwerp worden opgenomen om het doel te bereiken: afbeeldingen, logo's, line-up, programma, contactgegevens.
- Wat is de doelgroep? Op welke mensen richt ik mij?
- Wat is de motivatie van bezoekers om naar het festival te komen? Wat moet ik ze dus zeker bieden?

Doel bepalen

Een eerste stap opweg naar het maken van een goed ontwerp is het bepalen van het doel. Het is belangrijk je doel op papier te zetten. De volgende stap is bij alles na te gaan of het binnen je doel-omschrijving past. Baken het doel scherp af om te voorkomen dat je er voorbij schiet.

Doel bereiken

Nadat je het doel van je ontwerp hebt bepaald, gaan we nu bepalen hoe het doel kan worden bereikt. Bijvoorbeeld welke onderdelen nodig zijn, zoals afbeeldingen, logo's, line-up, programma en contact gegevens.

Maak een lijst met elementen die je op je ontwerp wilt plaatsen. Houdt hierbij goed in de gaten of deze elementen het doel van het ontwerp helpen bereiken. Laat onderdelen die niet echt nodig zijn weg. Je kunt denken aan de volgende onderwerpen:

- * Afbeeldingen
- * Logo's
- * Line-up
- * Programma
- * Routekaart
- * Sponsors
- * Contactgegevens

Doelgroep bepalen

Wie gaat het festival bezoeken? Voordat je gaat ontwerpen, moet je dat bedenken. Als je geen antwoord weet op deze vraag, kun je nooit je ontwerp afstemmen op de bezoeker. Als je het antwoord weet op de volgende "vragen", heb je een goed beeld van de doelgroep.

- * Belangstelling of mogelijke interesse in het festival
- * Voorkennis van het festival
- * Ervaren of onervaren festivalgangers
- * Geslacht
- * Leeftijd

Als je de antwoorden weet, heb je een aardige indruk van je doelgroep. Je kunt nu bepalen of de bezoeker baad heeft bij veel details of dat die toch niet begrepen worden. Als je een idee hebt van de voorkennis, kun je hier je informatie op afstemmen. Als de doelgroep al veel weet, hoef je ze niet lastig te vallen met onnodige informatie.

Motivatie bepalen

Het vast stellen van de motivatie van de bezoeker is niet erg moeilijk. Belangrijke drijfveren om een festival te bezoeken zijn dan ook ontspanning en interesse uitdiepen. Nadat je de motivatie van de doelgroep hebt bepaald, weet je dat je aan deze zaken extra aandacht moet geven.