



Waarom willen zo veel leveranciers een nominatie, wat levert het op?

In de Verkiezing Speelgoed van het Jaar werken detailhandel en leveranciers in speelgoed nauw samen omdat zij hetzelfde belang hebben: speelgoed en (gezelschaps)spellen op een positieve manier onder de aandacht brengen van pers en consument.

Er wordt graag op websites, door bloggers enz. over speelgoed en allerlei aspecten ervan geschreven. Wat is de educatieve waarde, is het niet te duur, waarom is er jongens- en meisjesspeelgoed, maar vooral wil men weten: wat is er nieuw op speelgoedgebied.

Verder is er in Nederland veel belangstelling voor lijstjes/wedstrijden en voor de uitkomsten van onderzoeken.

www.speelgoedvanhetjaar.nl

Een verkiezing is een middel bij uitstek om allerlei aspecten van en rond speelgoed te belichten. Aan de hand van de door de vakjury genomineerde artikelen worden de sterke punten van een genomineerd artikel omschreven, al deze informatie is te lezen op www.speelgoedvanhetjaar.nl. De website van de verkiezing wordt jaarlijks door ruim 130.000 mensen bekeken.

Speelgoedfolders/Speelgoedwinkels

Vooraf in het najaar worden door de speelgoedorganisaties veel folders verspreid. Het logo "genomineerd" is dan vaak te zien. In de speelgoedwinkels wordt d.m.v. schapkaarten, mobiles en posters de attentie op het genomineerde speelgoed gericht. Ook de speelgoedorganisaties versturen veel nieuwsbrieven waarin over de verkiezing wordt geschreven.

Kleurplaten

Zoals ieder jaar wordt een kleurplatenwedstrijd gehouden. De kleurplaten kunnen vanaf de website worden gedownload. Natuurlijk wordt op de kleurplaat vermeld: stem en win speelgoed, www.speelgoedvanhetjaar.nl.

Ieder die een kleurplaat instuurt, kan het genomineerde speelgoed winnen.

Media aandacht

Het juryrapport met alle informatie over de genomineerde artikelen wordt uiteraard ook aan de pers, influencers, bloggers enz. gezonden. Verder worden op meerdere momenten persberichten verstuurd zodat de aandacht van de pers en andere media steeds wordt getrokken.

Facebook en Instagram

In 2018 zijn op zowel Facebook als Instagram verschillende berichten geplaatst. Het heeft er voor gezorgd dat er meer volgers zijn gekomen. Acties waarmee genomineerd speelgoed kon worden gewonnen, heeft eveneens gezorgd voor meer bereik.

Het ligt in het voornemen in 2019 nog meer aandacht aan de Facebookpagina en Instagram te geven. Overigens is een pitch uitgeschreven om een VA te werven. Op dit moment voert het bestuur gesprekken met verschillende mensen. De nieuwe VA zal vanaf half augustus actief zijn.

Social Influencersdag

Op 11 september 2019 zal in Utrecht een "Social Influencersdag" worden georganiseerd. Alle bezoekers en hun kinderen zullen met het genomineerde speelgoed kunnen spelen. Op deze dag zal door middel van het drukken op een startknop de stemperiode worden geopend.

Stemmen en uitslag

Het artikel met de meeste stemmen in een categorie wordt winnaar in die categorie.

Bekendmaking

Op woensdag 6 november 2019 zal bekend worden gemaakt wie de winnaars in de zeven verschillende leeftijdscategorieën zijn.

Conclusie

De bijdrage die wordt gevraagd voor een nominatie
is de prijs dubbel en dwars waard!

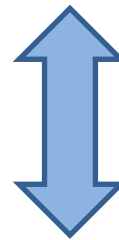
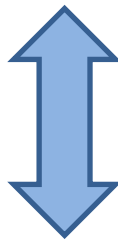
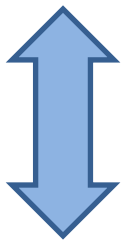
SpeelGoedInfo.nl liet onderzoek doen naar de Verkiezing Speelgoed van het Jaar door TNS Nipo

de belangrijkste conclusies en aanbevelingen:

meerderheid consumenten kent verkiezing en beoordeelt die als positief
internet is de meest gebruikte oriëntatiebron
verder winkels en speelgoedboekjes

de consument vindt prijs/kwaliteitverhouding het belangrijkste maar ook veiligheid en speelwaarde
consument wil meer informatie over speelgoed en genomineerde artikelen

-promoot de verkiezing
-verbeter de website
-plaats links op websites
-geef info over proces (op site en in winkel)



de Verkiezing Speelgoed van het Jaar is belangrijk voor leveranciers en voor detailhandel!

spelen is noodzakelijk

- spelen is plezier
- spelen is leren
- spelen is samen doen