

Prospectus OWL 2016

Orientation Week Leiden



Universiteit
Leiden

Beste Relatie,

In deze prospectus vindt u verschillende mogelijkheden om uw bedrijf onder de aandacht te brengen bij de nieuwe internationale studenten die in 2016 in Leiden arriveren. Als partner van de OWL kunt u deel uitmaken van de eerste indrukken die deze studenten opdoen.

Tijdens de OWL maken de internationale studenten kennis met de stad Leiden, de universiteit en het studentenleven. Gedurende deze tijd doen zij indrukken op die hen de rest van hun studententijd en wellicht zelfs de rest van hun leven zullen bijblijven.

Eind januari verwachten we 450 deelnemers en eind augustus nog eens 1200. Het gaat hierbij voornamelijk om masterstudenten die voor het eerst in Nederland zijn. Naast de deelnemers zullen ruim 250 studenten als vrijwilliger actief zijn.

Als partner van de OWL kunt u ervoor zorgen dat de nieuwe studenten in deze beginfase op een bijzondere manier kennis maken met uw bedrijf.

De mogelijkheden in deze prospectus zijn maar een greep uit het aanbod. Wij staan altijd open voor originele sponsormogelijkheden en denken graag met u mee over een oplossing op maat. In overleg is bijna alles mogelijk! Ik nodig u van harte uit om contact op te nemen en uw wensen te bespreken.

Met vriendelijke groet,

Maurits van Heusden
Commissaris Sponsoring



Wie zijn wij?

De Orientation Week Leiden (OWL)-commissie is in 2013 door de Universiteit Leiden in het leven geroepen om tweemaal per jaar een introductieweek voor nieuwe internationale studenten te organiseren. Destijds ging het nog om 280 deelnemers in de winter en 850 in de zomer maar inmiddels zijn de aantallen flink toegenomen:

In de winter ca. 450 deelnemers plus 90 vrijwilligers
(26, 27 en 28 januari 2016, 3 dagen)

In de zomer ca. 1200 deelnemers plus 175 vrijwilligers
(29 augustus t/m 2 september 2016, 5 dagen)

Gecombineerd betreft het een doelgroep van bijna 2000 zeer enthousiaste jongvolwassenen die in Leiden gaan wonen en studeren (deelnemers) of dat reeds doen (vrijwilligers).

De doelgroep en het weekprogramma dat ze door de universiteit aangeboden krijgen maken de OWL tot een uitgelezen kans op een succesvolle promotiecampagne.

Op de volgende pagina's treft u een overzicht van de gangbare promotiekanalen. Mocht u zelf nog andere originele ideeën hebben dan bespreek ik die graag samen met u.





Promotiemogelijkheden

Op onderstaande manieren en plekken kunt u uw logo, bedrijfsnaam of andere promotie-uitingen presenteren:

Vooraf

- E-mail met inschrijfbevestiging
- E-mail met programma-informatie
- Flyers op open dagen en infomatiemarkten

Tijdens

- Programmaboekjes
- Polsbandjes
- Consumptiemuntjes
- Consumptiecoupouns
- Goodiebags
- Plattegronden
- T-shirts vrijwilligers
- Informatiemarkt
- Festivalattracties
- Ander programmaonderdeel

Achteraf

- Afsluitende mailing
- Enquete

Doorlopend

- Website
- Facebook-pagina
- Twitter-account

250 T-shirts 4 mailings

1850 Programmaboekjes

13.900 websitebezoekers / jaar
34.000 website paginaviews / jaar



Stand op de informatiemarkt

Een vast programma-onderdeel van de OWL is de informatiemarkt, waar verschillende bedrijven en studentenorganisaties zich kunnen presenteren aan de deelnemers. Tijdens deze informatiemarkt is het ook voor uw bedrijf mogelijk om een stand in te richten en te bemannen, zodat u de deelnemers persoonlijk kunt aanspreken.

Kleding

Alle 250 vrijwilligers die als begeleider van een groepje of als algemene crew aanwezig zijn dragen het OWL 2016 T-shirt. Deze shirts trekken niet alleen de aandacht tijdens de OWL maar vallen ook erg op in het fotoalbum dat na afloop gemaakt wordt. Op deze shirts is ruimte voor enkele adverteerders.

Polsbandjes

Alle deelnemers zullen tijdens de OWL een polsbandje dragen om toegang te krijgen tot bepaalde evenementen en activiteiten. Dit polsbandje is zeer zichtbaar en bij uitstek geschikt om uw logo op te plaatsen. Er is slechts ruimte voor één adverteerder op de polsbandjes dus wees er vroeg bij!

Mailings

Zowel vooraf als ook na het programma krijgen alle deelnemers enkele e-mailtjes toegestuurd met onder andere hun inschrijfbevestiging, het weekprogramma, een bedankje na afloop en een uitnodiging voor deelname aan de evaluatie-enquête. Onderaan de e-mailberichten is ruimte voor enkele logo's.

Coupons

Tijdens de OWL zullen de deelnemers een couponboekje uitgereikt krijgen waarmee ze korting kunnen krijgen bij verschillende bedrijven. Dit is een mooie manier om de studenten in hun eerste week kennis te laten maken met uw bedrijf.

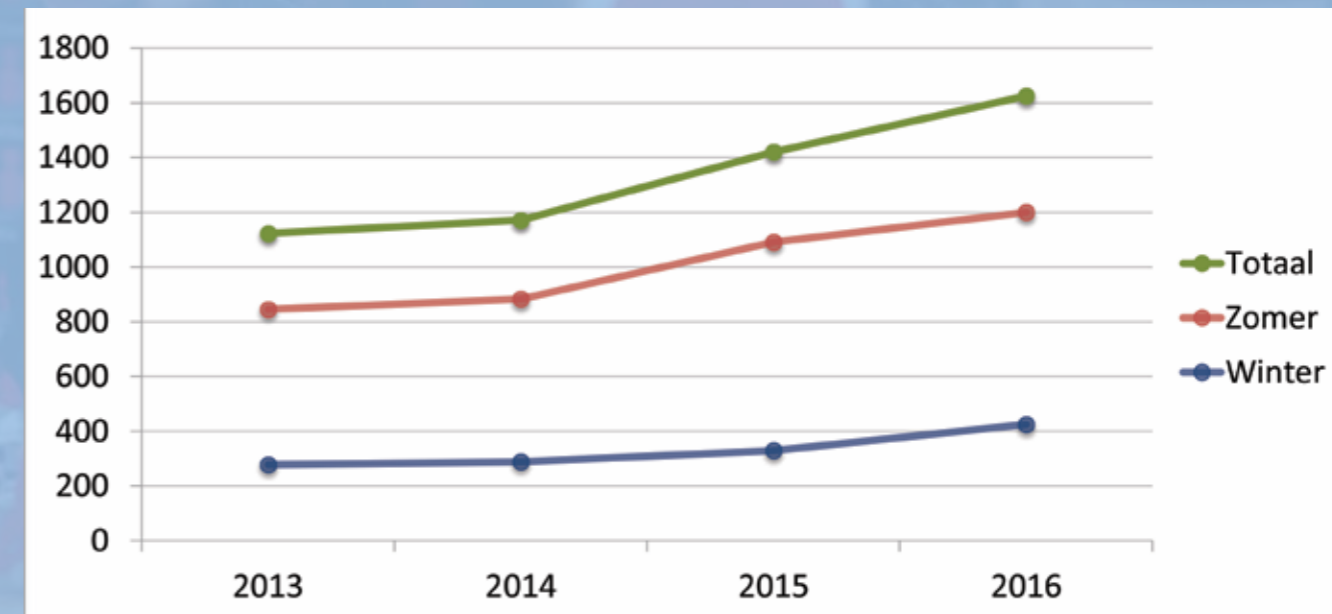
Programmaboekjes

Het programmaboekje is van ongekend belang voor de deelnemers. Hier vinden ze naast de weekplanning ook een stadsplattegrond en algemene informatie over Leiden. In totaal worden er ca. 2000 boekjes in A5-formaat gedrukt. Elk boekje telt enkele tientallen pagina's en biedt ruimte voor meerdere adverteerders.

Overige sponsormogelijkheden

Graag zou ik willen benadrukken dat deze opties slechts een greep zijn uit de beschikbare sponsormogelijkheden. De opties zijn zeer divers en ik nodig u van harte uit om uw wensen kenbaar te maken. Samen kunnen we een doeltreffende promotieactie bedenken en uitvoeren.

OWL Deelnemers





Maurits van Heusden
Sponsoring@owl.leidenuniv.nl
www.orientationweek.org

Kaiserstraat 25,
2300 AK Leiden
071 527 5393



**Universiteit
Leiden**