

FASTTRACK 2 BIG IDEAS

BINNEN 7 DAGEN VAN INSIGHTS NAAR GROVE PROPOSITIES

BRANDSTOF 360

motivaction
research and strategy



motivaction
research and strategy

BRANDSTOF 360

Motivaction is een fullservice onderzoeksbureau dat kwalitatieve en kwantitatieve onderzoeksexpertise combineert met kennis van mensen en hun omgeving en dit vertaalt naar consumer insights gedreven marketing- en communicatieadviezen.

Brandstof360 is een marketingcommunicatiebureau dat data en onderzoek omarmt, haar creatieve energie steekt in het destilleren van slimme inzichten en het creëren van scherpe proposities. En deze weet te vertalen naar spraakmakende campagnes.

Met de unieke brug tussen onderzoek, marketing en creatie brengen Motivaction en Brandstof360 een nieuwe propositie op de markt:

FASTTRACK 2 BIG IDEAS

HERKEN JE DIT?

Je bent marketeer.

Intern is er een geweldig idee bedacht voor een nieuwe propositie. Het voelt echt goed.

OK, de ingrediënten van je aanbod lijken wat op die van de concurrent. Dus je moet het unieker aanbieden, maar wat?

En hoe? Je wilt die fietsenspringer: die klant die direct voor jou kiest!
Dus ga je onderzoek doen onder je doelgroep.

Je trekt alle kwantitatieve data uit je CRM.

En je doet kwalitatief onderzoek.

Dan pas kun je alle data omzetten in customer insights.

Voor je het weet ben je 2 maanden verder.

En verlies je belangrijke tijd.

Er moeten ook nog grove ideeën verzonnen worden: wat wordt de belofte en bewijsvoering van je aanbod?

Want dan pas kan je je reclamebureau briefen…



OF DIT?

Je bent een gedreven onderzoeker.

Bij een succesvol bedrijf.
Dat meer, beter en sneller wil.
Daarom werk je agile.
Je wilt dat ook, want je interne opdrachtgever heeft haast.
De concurrenten liggen namelijk al op de loer.
Liefst werk je met een onderzoeksbureau dat goed en snel is.
Dat een rapport aanlevert direct in de vorm van customer insights in plaats van hele lange teksten.
Scheelt je interne opdrachtgever heel veel tijd en moeite!
En jou ook.
En als ze dan ook nog mee denken wat de propositie in grove lijnen moet worden op dat klantinzicht….
Nou, dan ben jij spekkoper.



FASTTRACK 2 BIG IDEAS

FastTrack 2 Big Ideas van Brandstof360 & Motivaction helpt je binnen 7 DAGEN van customer insights naar grove proposities.

- ✓ SUPERSNEL
- ✓ GRONDIG
- ✓ SAMEN MET JE TEAM

Wat krijg je:

- ✓ Doelgroepsbepaling specifiek op propositie: CRM data gekoppeld aan drijfveren doelgroep.
- ✓ We crunchen je CRM data naar thema’s die bij je doelgroep spelen.
- ✓ Kwalitatief onderzoek naar wensen en dilemma's van klanten.
- ✓ Rapportage direct in de vorm van customer insights!
- ✓ Big idea workshop o.b.v. onze creatief en strateeg: grove proposities verzinnen op insights.
- ✓ Einde dag big ideas voorleggen aan je doelgroep
- ✓ Keuzes maken op basis van 7-questions deck.



FASTTRACK 2 BIG IDEAS

01.

Probleem- en doelstellingen

02.

Doelgroep | Persona's

03.

4M Data Crunches

Markt, Mens, Merk, Moments of truth

KWALI RESEARCH

04.

Consumer insights

05.

Belofte

BIG IDEAS

06.

Bewijs

07.

7 Questions deck

FASTTRACK 2 BIG IDEAS

KOSTEN EXCL. BTW EN OOP, OP BASIS VAN TWEE FOCUSGROEPEN

BASIC FASTTRACK v.a. €12.000	ALLROUND FASTTRACK v.a. €21.000	FULL SERVICE FASTTRACK v.a. €23.000	CREATIVE CONCEPTS + € 5.000
Persona	Persona	Persona	Creative concepten op Big Ideas
4M data crunchen naar thema's	4M data crunchen naar thema's	4M data crunchen naar thema's	Uitwerking TBD
▼	Kwalitatief onderzoek	Kwalitatief onderzoek	
Van thema's naar customer insights	Customer insights	Customer insights	
Workshop Big Ideas	Workshop Big Ideas	Workshop Big Ideas	
▼	▼	Big Ideas discussie doelgroep + selectie	
Rapportage	Rapportage	Rapportage	



FASTTRACK 2 BIG IDEAS

2 KLANT CASES

INTERPOLIS. GLASHELDER

De arbeidsmarkt verandert. Er komen steeds meer zelfstandigen. Volgens cijfers van het CBS telde Nederland aan het einde van het tweede kwartaal in 2017 in totaal ruim 1,4 miljoen zelfstandige ondernemers. Deze doelgroep bouwt niet altijd pensioen op of treft voorzieningen voor uitval door arbeidsongeschiktheid. Hierin schuilt niet alleen een risico voor deze doelgroep maar ook voor de samenleving wanneer er geen vangnet meer voor hen is. Inzicht is nodig in wat de ondernemers triggert en belemmert om voorzieningen te treffen.

Interpolis. Glashelder



UITDAGING

Interpolis vroeg Motivaction en Brandstof360 om inzicht te geven in de huidige beleving en percepties van ondernemers met fysiek zware beroepen ten aanzien van de consequenties van mogelijke uitval.

Hoe ervaren zij de waarde van hun werk, wat motiveert hen en hoe kijken ze naar de toekomst?

Drijfveren van ondernemers zeggen veel over de manier waarop zij wel of niet in beweging komen.

DE AANPAK

Samen met de klant hebben we de probleem- en doelstelling aangescherpt.
Vervolgens zijn we alle data gaan analyseren:

- Wat doet de concurrent (SWOT).
- Markt, trends en ontwikkelingen.
- Hoe gedraagt deze doelgroep zich (drijfveren + gedrag).
- Hoe verhoudt het merk Interpolis zich t.a.v. de doelgroep: wat zijn aan- en afhakers t.a.v. verzekeringen.

Daarna is kwalitatief onderzoek opgestart. Alle data is na afloop van het onderzoek binnen een dag omgezet in een customer insights rapportage.
De dag daarna: big idea generation met het Interpolisteam.
Deze grove propositie ideeën zijn voorgelegd aan de groep die geïnterviewd is: zij mochten beoordelen.
Vanuit daar is een selectie gemaakt van big ideas.
De weg ligt vrij na deze sessie om de proposities nader uit te werken om er 'Interpolis-proposities' van te maken en de ROI te kunnen bepalen.

Interpolis. Glashelder

RESULTAAT

Een overzicht van 10 verschillende insights (wensen/dilemma's, behoeftes) die zelfstandigen ervaren in het werken als ondernemer in het licht van inkomensverlies.

Een overzicht van 5 big ideas die uit te werken zijn naar relevante, onderscheidende, geloofwaardige en aansprekende oplossingen en bijdragen aan het imago van de aanbieder.

Binnen een aanzienlijk kort tijdsbestek kunnen de propositiemanagers aan de slag met de proposities en de creatieve briefing.



WERKSPOT.NL

Door de crisis zijn veel timmermannen gedwongen ondernemer geworden en gebleven. Na de crisis is het werk toegenomen en heeft men werk in overvloed. Klussen worden zelfs aan elkaar doorgeschoven.

Veel werk gaat via-via: goed werkt zingt zich rond en de meeste timmermannen hebben meer dan genoeg werk. De behoefte om in te schrijven bij werkspot.nl is daardoor lager dan voorheen. Terwijl de vraag groot is.

Werkspot vroeg Brandstof360 om customer insights te schrijven aan de hand van alle aanwezige doelgroepsdata en die te koppelen aan de data vanuit kwalitatief onderzoek.

Werkspot



UITDAGING

Inzicht verkrijgen in de wensen, dilemma's en behoeften van timmermannen (MKB en zzp).

Om zo de communicatie van Werkspot optimaal op deze categorie aan te laten sluiten.

Het communicatiedoel is deze doelgroep te verleiden om zich aan te sluiten bij Werkspot.

DE AANPAK

Vanuit de doelstellingen is een persona ontwikkeld. Zodat iedereen dezelfde doelgroep voor ogen had (drijfveren, houding en gedrag).

Vervolgens is het kwalitatieve onderzoek gestart.

Alle kwalitatieve data is direct omgezet in een rapport met meer dan 18 Customer Insights en een aanbeveling.

Daarna is doorgepakt op een aantal big ideas die hielpen om de communicatie te verbeteren en het aanbod aan te scherpen.

Vanuit de customer insights en big ideas had het creatieve team binnen een week een 5-tal radioscripts klaar.



RESULTAAT

Binnen 7 werkdagen:

18 customer insights.
4 big ideas.
Radio concept met 5 varianten.

Werkspot



motivaction
research and strategy

Motivaction International B.V.
Marnixkade 109
1015 ZL Amsterdam

Postbus 15262
1001 MG Amsterdam

+31 (0)20 589 83 83
info@motivaction.nl

www.motivaction.nl