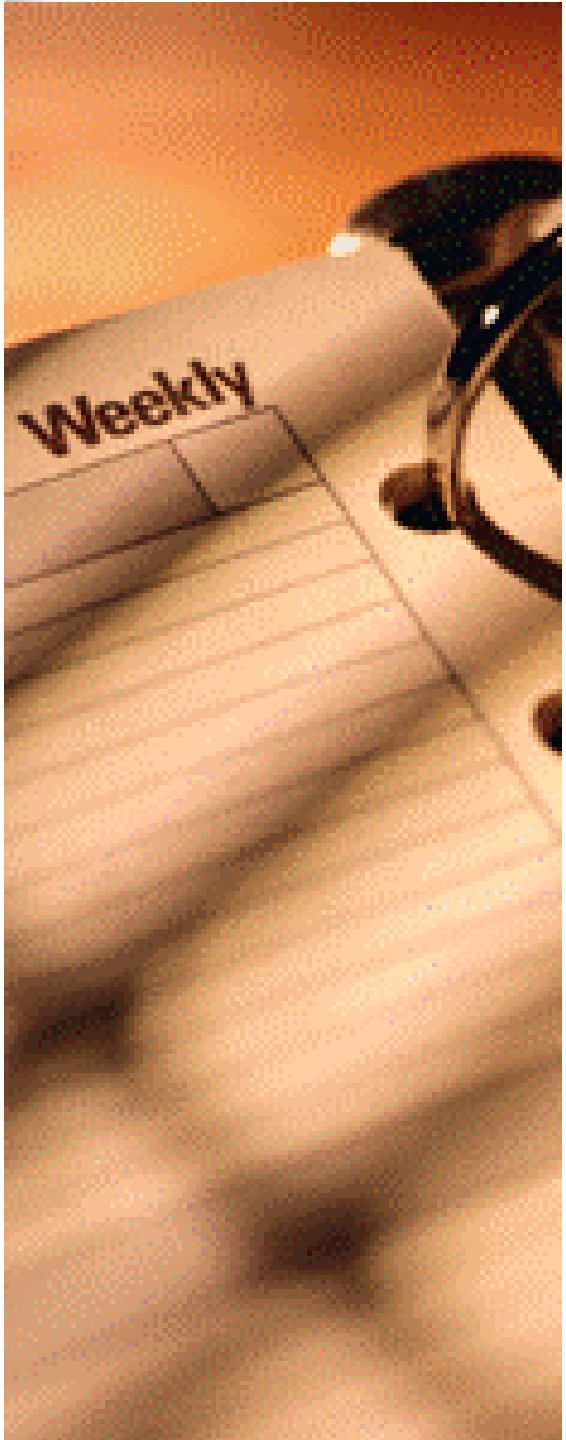
Zeeën van Kansen

1. Hoe creëer je een beleving?

Judith van Poppel

Exploring Coastal Business

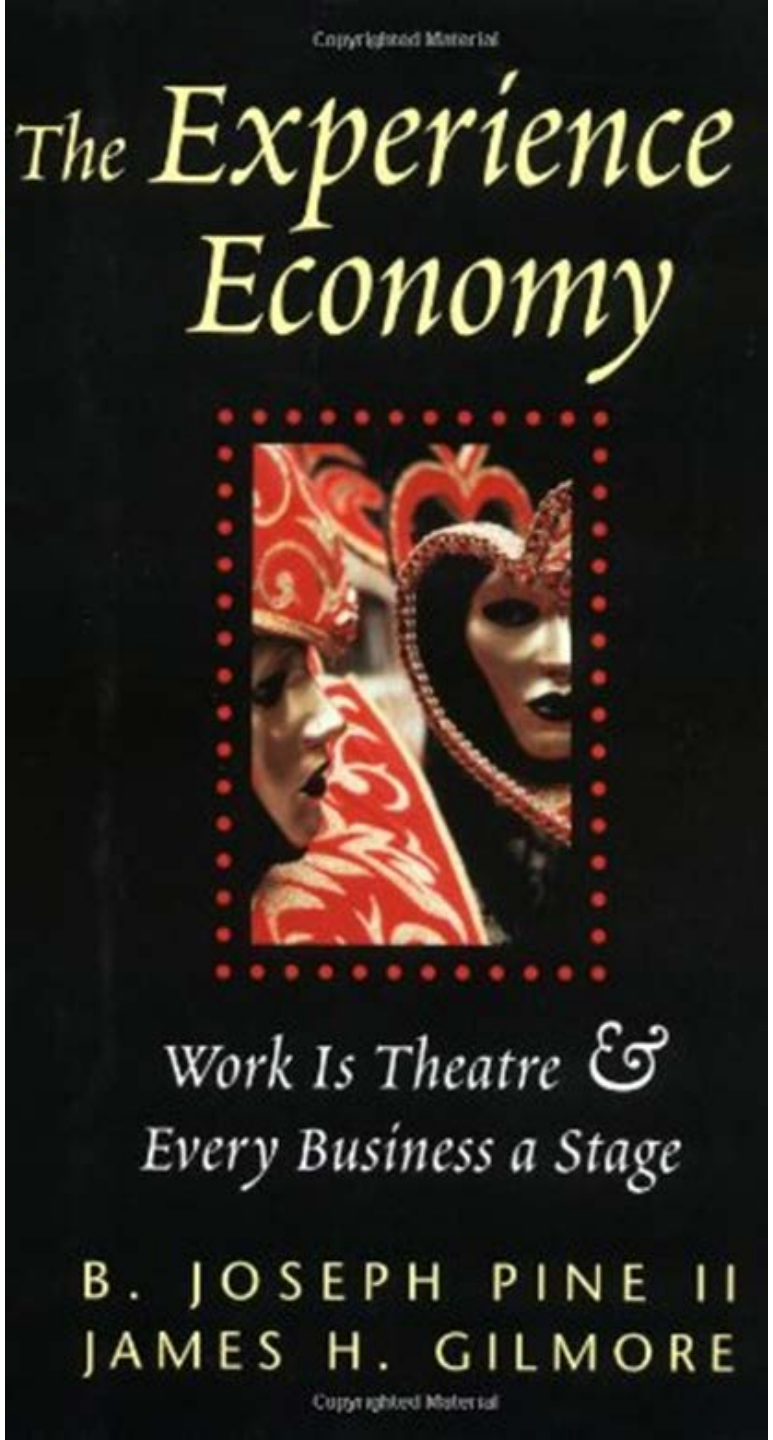


PROGRAMMA

- Belevingseconomie
- Belevingsconcept
- Voorbeeld casus Lego
- “Huiswerk”

WIE IS ER MAAR 1 KEER IN DE EFTELING GEWEEST?

Efteling
WERELD VOL WONDEREN



EXPERIENCE ECONOMY

- De Amerikanen Joseph Pine en James Gilmore stellen dat een nieuw economisch tijdperk is aangebroken: dat van de beleveniseconomie of experience economy.
- De klant wil méér dan alleen een product of dienst, hij of zij wil vooral een belevenis en gaat op basis daarvan kiezen tussen aanbieders.
- Dat vraagt bezinning op de marketing strategie en marketingplan. Maar allereerst op het verhaal van de organisatie: de corporate story.

EXPERIENCE ECONOMY

- Beleveniseconomie is de term voor de (huidige Westerse) economie, waarin niet zozeer het product of de dienst centraal staat, maar een met het product of met de dienst geassocieerde beleving.

- Ondernemingen creëren een belevenis door hun klanten erbij te betrekken op een manier die ze bijblijft.

- The progression of economic value
- Next step→ transformation

SCALDIS ACADEMY

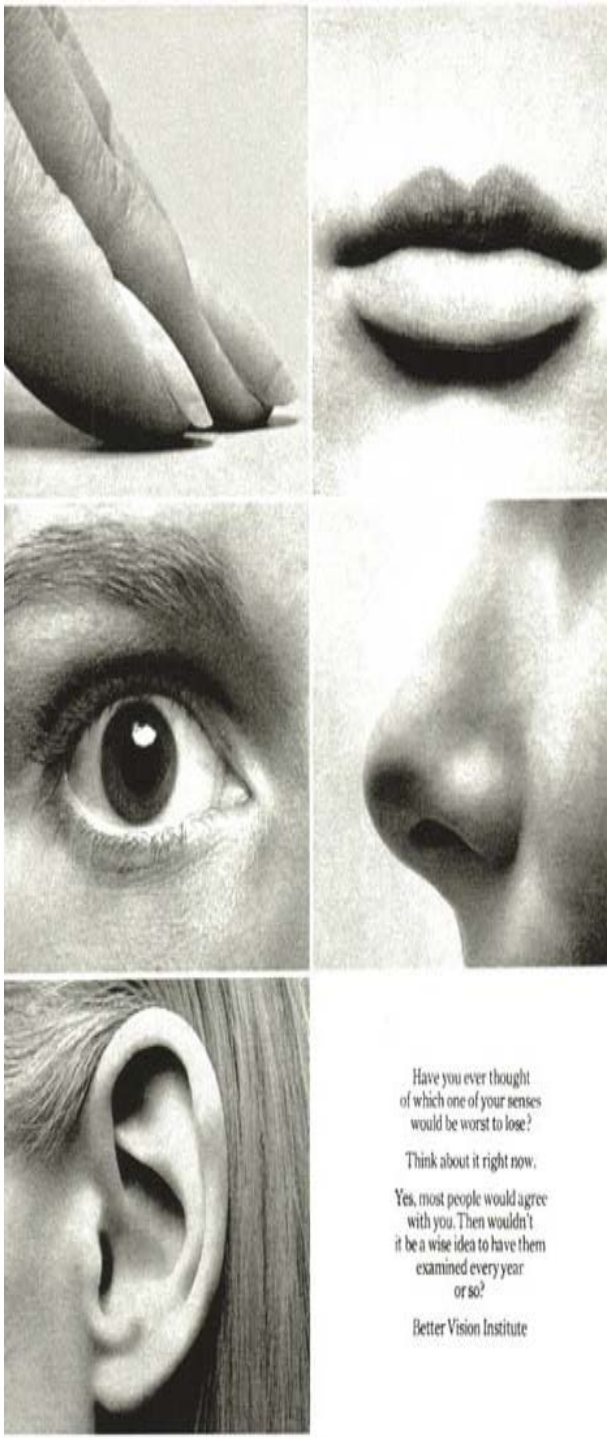
VAKANTIE COMMODITY?

SCALDIS ACADEMY

MAAK ER EEN BELEVENIS VAN!

BELEVING?

- In een maatschappij van materiële overvloed zullen bedrijven zich nog kunnen onderscheiden op emotioneel vlak.
- Emotie en fantasie zijn cruciale ingrediënten voor succes.
- ”Sluit je product of de dienst aan bij de impliciete en expliciete behoeftes van de consument?”
- Totaalbeleving is nodig om een sterk concept te ontwikkelen. Een concept dat betekenisvol is, onderscheidend is en uithoudingsvermogen heeft en dat zoveel mogelijk alle zintuigen prikkelt.



KENMERKEN BETEKENISVOLLE BELEVENIS

- Alle zintuigen zijn betrokken.
- Er is sprake van een verhoogde concentratie en focus.
- Er is sprake van een veranderend tijdsbesef.
- Men is emotioneel geraakt.
- Het proces is uniek en voor een ieder en heeft een intrinsieke waarde.
- Er is contact met de omgeving door te doen en door te ondergaan.

WAT IS EEN CONCEPT?

- “…een subjectieve tussenstap tussen droom en daad”
- “Een creatief idee dat het uitgangspunt vormt voor een reclamecampagne”

VISIE, CONCEPT, THEMA

- Visie: Bundel van opvattingen, je kunt voor of tegen zijn.
- Concept: Specifiek daaruit gekozen betekenisveld, hetgeen waarop je je onderscheidt van je concurrent, meestal een one-liner…
- Thema: één onderwerp, staat los.

EINDE DOELGROEPEN?

Rijkenberg geeft in zijn boek Concepting aan dat:

- Mensen nauwelijks in te delen zijn in doelgroepen
- Een doelgroep werk slechts als groeibegrenzer. Door in termen van de huidige doelgroep te denken blijft een bedrijf slechts doen wat hij al doet.

VOLGGROEP/FANCLUB

Beter is een volggroep oftewel een een fan club!

- Harley Davidson
- Apple
- Starbucks
- Google
- H&M
- Nike
- Fan van een stad!
- Fan van een persoon.

STORYTELLING

Kernvragen voor de conceptontwikkelaar:

- Wat is het verhaal (corporate story) van de organisatie?
- Kan het eerder laten beginnen van de beleving bijdragen aan de intensiteit van de beleving en het behalen van de doelstellingen?
- Op welke wijze kan de belevenis memorabel gemaakt worden?
- Is het mogelijk op basis van hiervan een herhalingsbezoek/aankoop te genereren?
- Is het mogelijk inkomstenbronnen te genereren door de beleving te verlengen?

QUOTE WALT DISNEY

"Cartoon animation offers a medium of storytelling and visual entertainment which can bring pleasure".

Walt Disney Quotes
A Collection of Walt Disney Quotes
By Simran Khurana, About.com Guide

VOORBEELD CASE: LEGO

SCALDIS ACADEMY

MISSION & VISION

- Mission: ‘Inspire and develop the builders of tomorrow’
- Our ultimate purpose is to inspire and develop children to think creatively, reason systematically and release their potential to shape their own future - experiencing the endless human possibility.

- Vision: ‘Inventing the future of play’
- We want to pioneer new ways of playing, play materials and the business models of play - leveraging globalisation and digitalisation...it is not just about products, it is about realising the human possibility.

VALUES BRAND

The LEGO® Brand values:

- Imagination
- Creativity
- Fun
- Learning
- Caring
- Quality

SCALDIS ACADEMY

STORYTELLING

Home | Products | Games | Create & Share | Shop | Change Region | Search | LEGO ID | Sign Up | Sign In

ABOUT US

You are here: www.LEGO.com > About Us > The LEGO Group > The LEGO History

ABOUT US

THE LEGO GROUP

- The LEGO Brand
- **The LEGO History**
  - 2010's
  - 2000's
  - 1990's
  - 1980's
  - 1970's
  - 1960's
  - 1950's
  - 1940's
  - 1930's
- Management
- Board
- Locations
- + Programs & visits

Published : 09 January 2012, 11:13 CET
Author : Tine Froberg Mortensen
Contact : Tine Froberg Mortensen

LEGO History Timeline

The name 'LEGO' is an abbreviation of the two Danish words "leg godt", meaning "play well". It's our name and it's our ideal.

The LEGO Group was founded in 1932 by Ole Kirk Kristiansen. The company has passed from father to son and is now owned by Kjeld Kirk Kristiansen, a grandchild of the founder.

It has come a long way over the past almost 80 years - from a small carpenter's workshop to a modern, global enterprise that is now, in terms of sales, the world's fourth-largest manufacturer of toys.

The LEGO brick is our most important product. This is why we are proud to have been named twice – "Toy of the Century". Our products have undergone extensive development over the years – but the foundation remains the traditional LEGO brick.

The brick in its present form was launched in 1958. The interlocking principle with its tubes makes it unique, and offers unlimited building possibilities. It's just a matter of getting the imagination going – and letting a wealth of creative ideas emerge through play.

Browse the LEGO history through the decades on your left...

SCALDIS
ACADEMY

STORE

SCALDIS
ACADEMY

LEGO- EXPERIENCE MARKETING

LEGO- EXPERIENCE MARKETING

LEGO- CO-CREATION

LEGO- CO-CREATION

LEGO

- heeft het lef gehad om te transformeren van een productiebedrijf met bijna 1.000 productnummers, naar een co-creation model met duizenden productnummers.

- Co-creation is momenteel een essentieel onderdeel. Hierbij maakt Lego gebruik van een gigantische community, meer dan 2,5 miljoen leden.

LEGO: CREATE & SHARE

Consumenten mogen hun eigen ontwerpen uploaden waarbij Lego de beste in productie neemt.

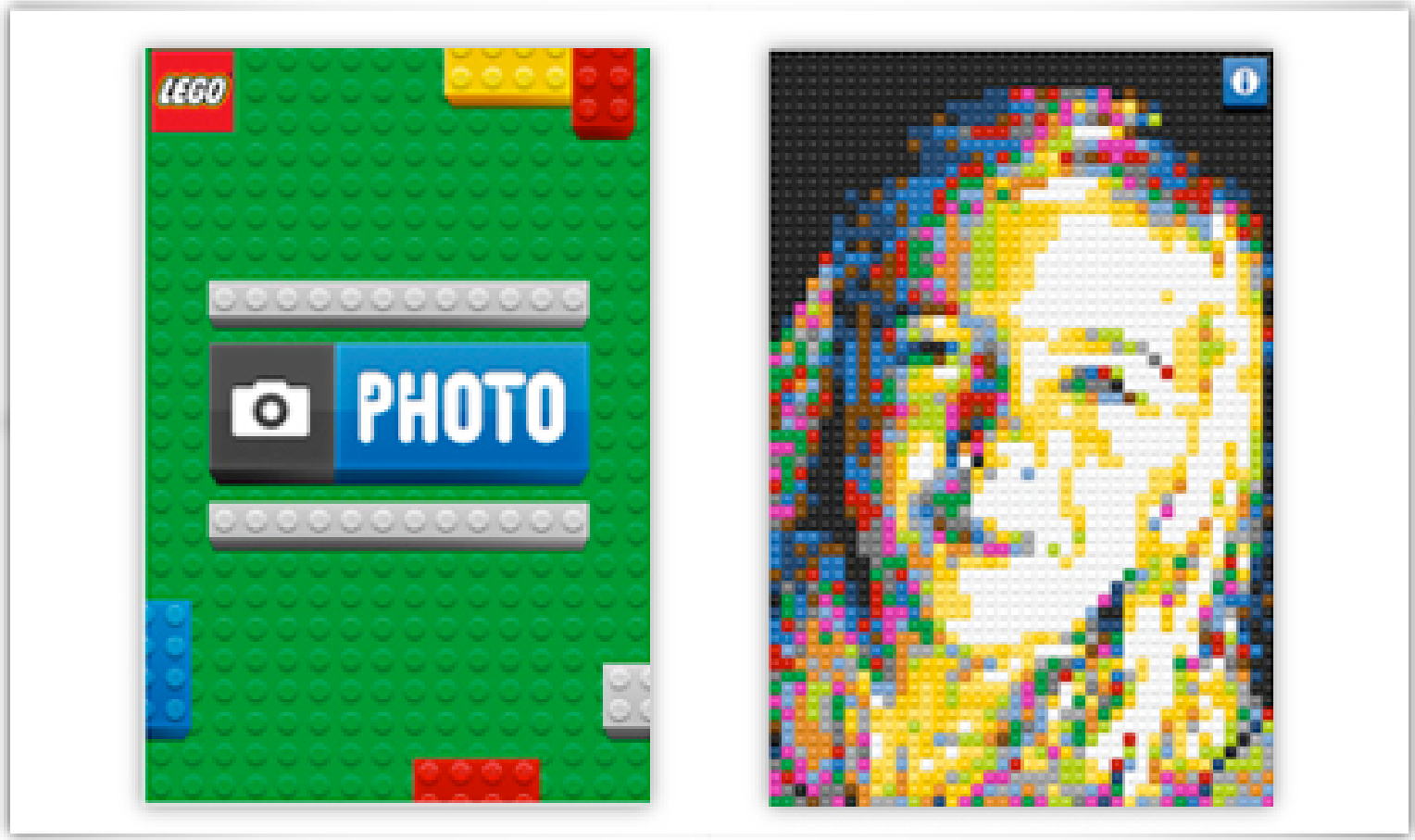
De uitverkorenen krijgen 5% royalty over de verkopen. Per week worden er meer dan 3.000 ontwerpen geupload. Ze worden elk jaar beter.

SCALDIS
ACADEMY

LEGO APPS

LEGO APPS

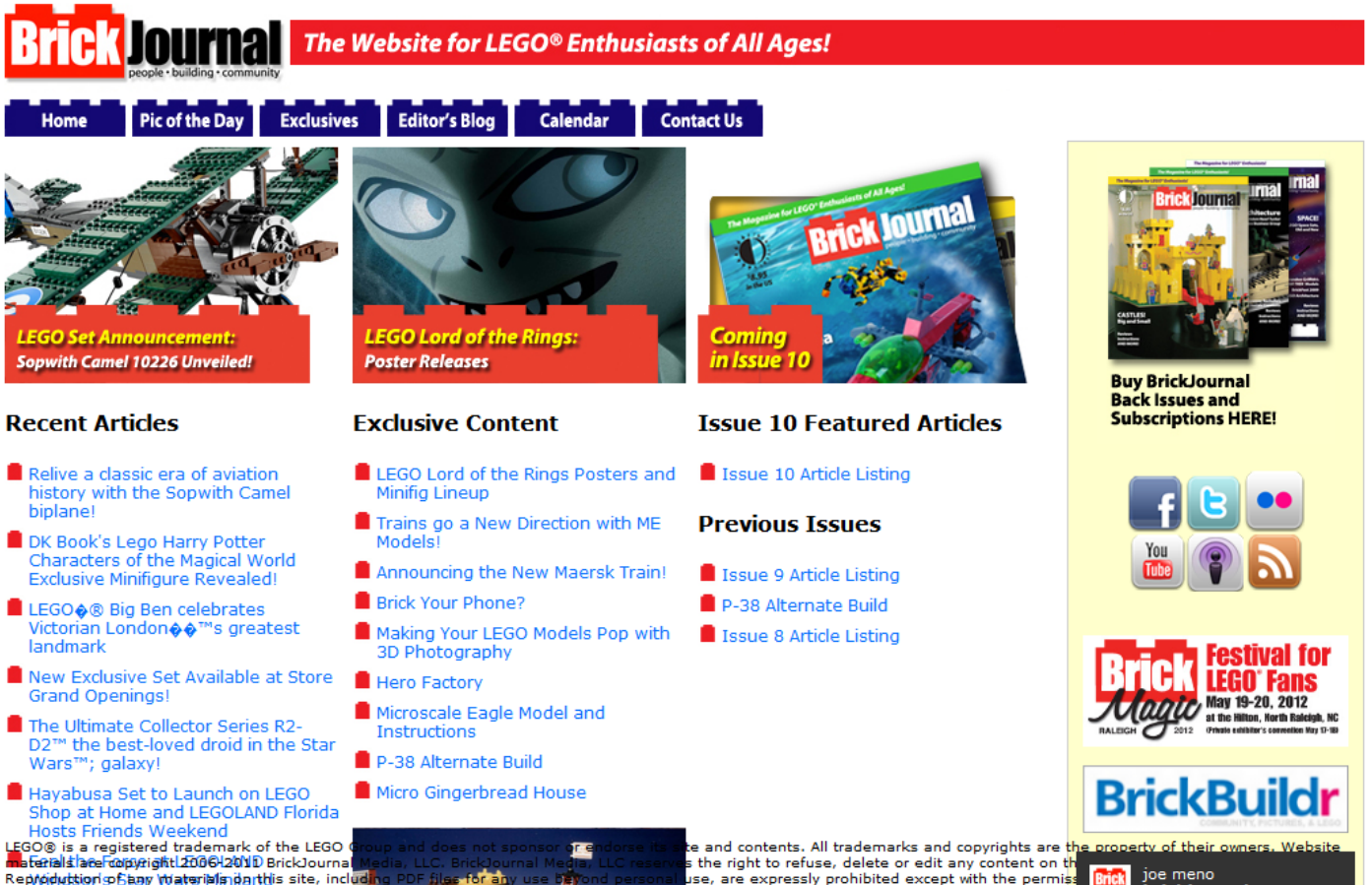
APP: LEGO PHOTO



LEGO APP: SPEL CREATIONARY

BRICK JOURNAL

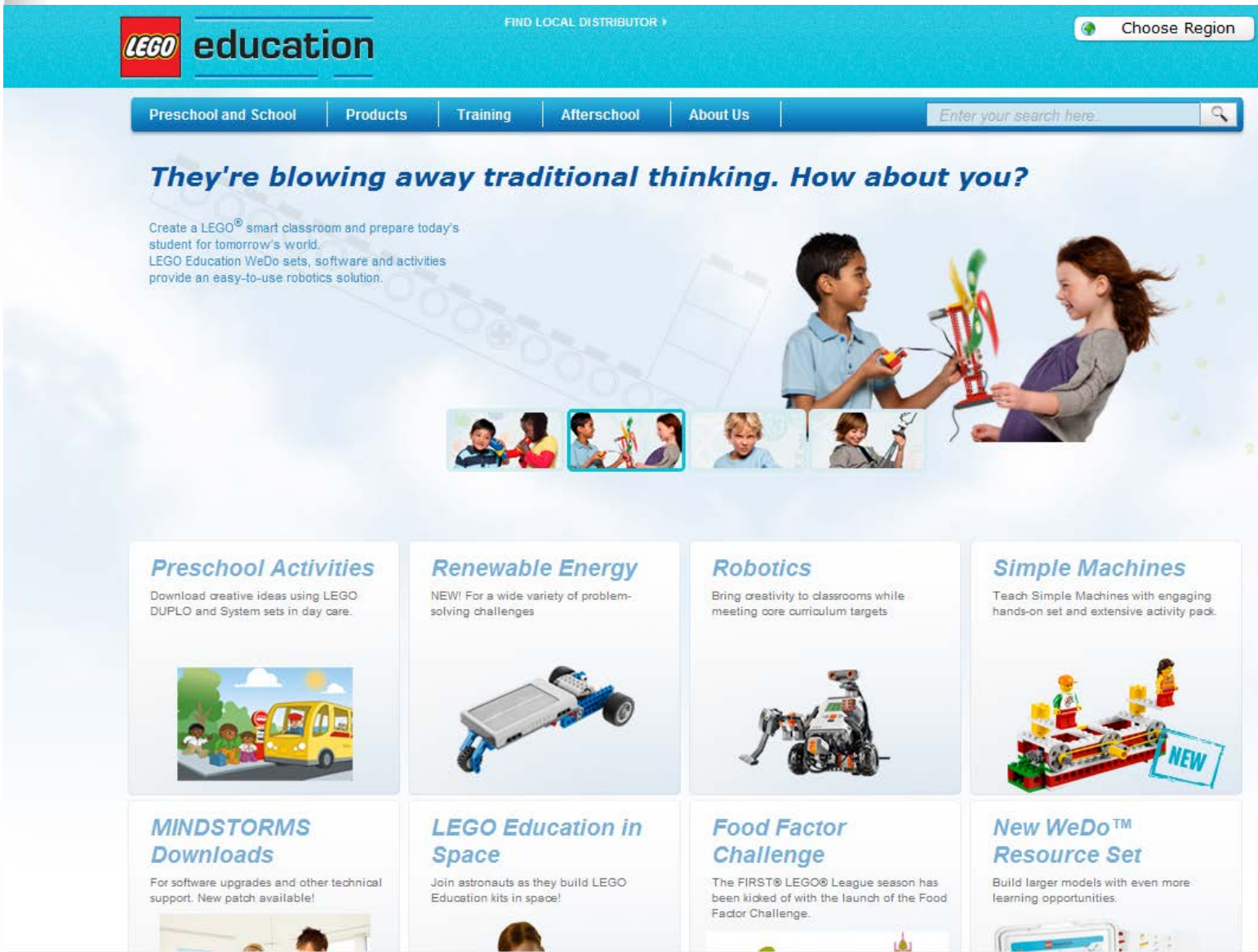
Online magazine Brick Journal dat vrijwilligers schrijven en door 50.000 personen wordt gedownload!



LEGO CLUB

Home
Products
Games
Create & Share
Shop
Change Region
Search
Sign Up
Sign In
club
Magazines
Building
Videos
Inside Scoop
Cool Creations
Clubcodes
Test Your
Detective Skills!
Sign up for FREE LEGO Club magazines!
Building Steps

LEGO EDUCATION



LEGO EVENTS

LEGO WORLD
Het grootste LEGO spektakel van de wereld
Herfstvakantie
wo. 17 t/m di. 23 okt. 2012
Zoeken
Home
Openingstijden
Tickets Kopen!
Plattegrond
LEGO Evenementen
Een pronkstuk van LEGO. Dat is de Formule 1 Ferrari die op schaal nagebouwd is. Deze is echt op ware grote nagemaakt. Die is echt gaaf!
EXPO Winnaar 2010
LEGO WORLD is het grootste LEGO® spektakel ter wereld en zal dit jaar voor de 12e keer plaatsvinden. Van **woensdag 17 t/m dinsdag 23 oktober 2012** kun je in de **IJsselhallen Zwolle** wederom genieten van **6 grote hallen** met heel veel LEGO plezier met miljoenen LEGO steentjes, levensgrote LEGO bouwwerken, LEGO bouwwedstrijden, een bioscoop, spektakulaire attracties en bekende artiesten!
LEGO FRIENDS EVENT
Onlangs vond in het Beatrixtheater in Utrecht het LEGO Friends Events plaats. Een geslaagd evenement waar je live kennis kan maken met de LEGO Friends: *Mia, Stephanie, Andrea, Olivia en Emma*. Kijk hier voor leuke foto's van het evenement. Was jij er niet bij in Utrecht kom dan in de herfstvakantie naar LEGO WORLD en maakt kennis met de LEGO Friends in een speciale hal met extra leuke activiteiten.
LEGO WORLD wordt bezocht door **ruim 75.000 bezoekers.** Houd deze website in de gaten voor alle informatie over LEGO WORLD 2012!
TICKETS LEGO WORLD 2012 vanaf NU verkrijgbaar!
Nog 22 weken, 05 dagen, 23 uur, 22 min, 0 sec
LEGO WORLD Tickets kopen
Foto & Film
Kalender
27
Geen kalenders beschikbaar.
Downloads
Games & Fun
Wedstrijden
Wist-je-datjes
Programma en Activiteiten
Informatie en Organisatie
Nieuwsberichten
Partner Activiteiten

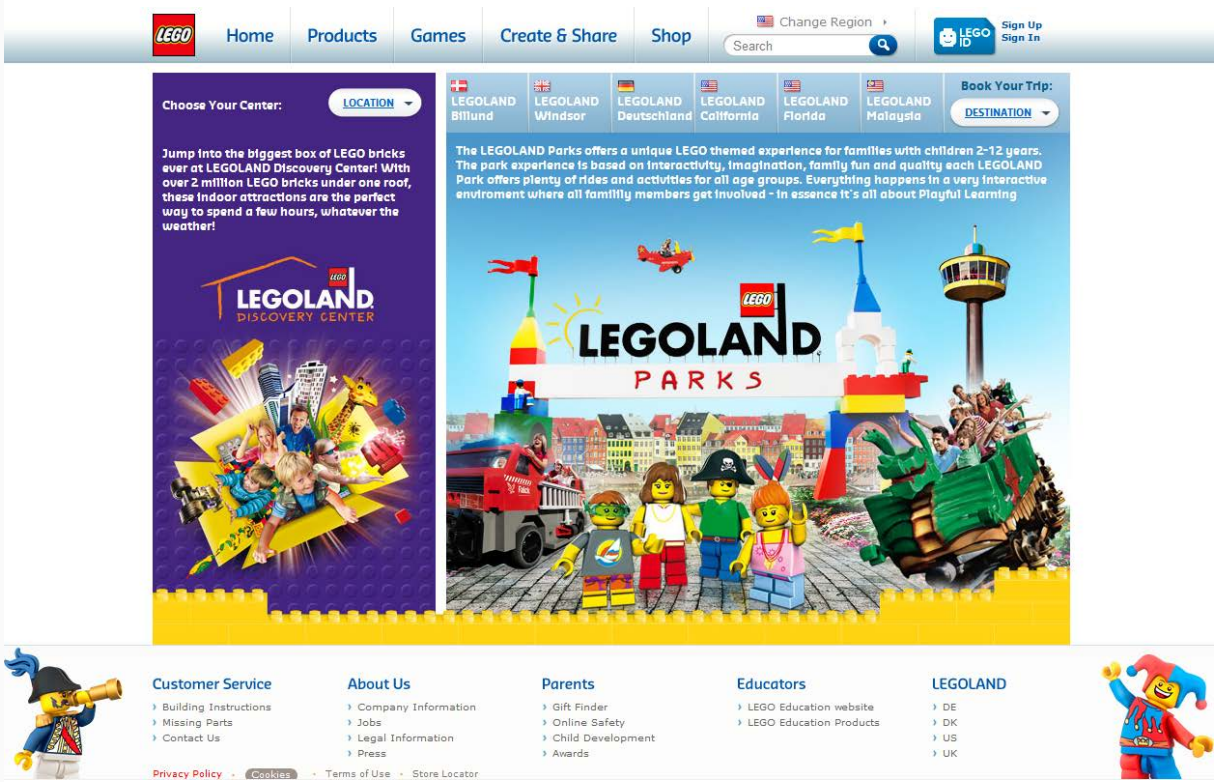
LEGO PARKS

LEGOLAND PARKS

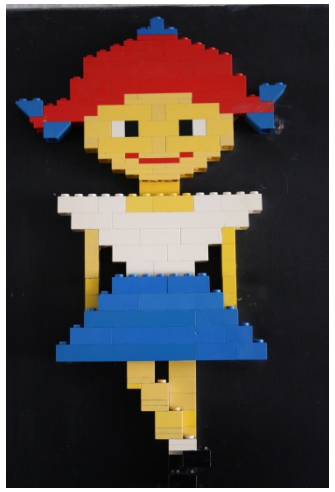
- Billund
- Windsor
- Deutschland
- California
- Florida
- Malaysia

DISCOVERY CENTERS

- Berlin
- Duisburg
- Manchester
- Atlanta
- Chicago
- Dalla/Forth Worth
- Kansas City



CONCEPT DOORVOEREN

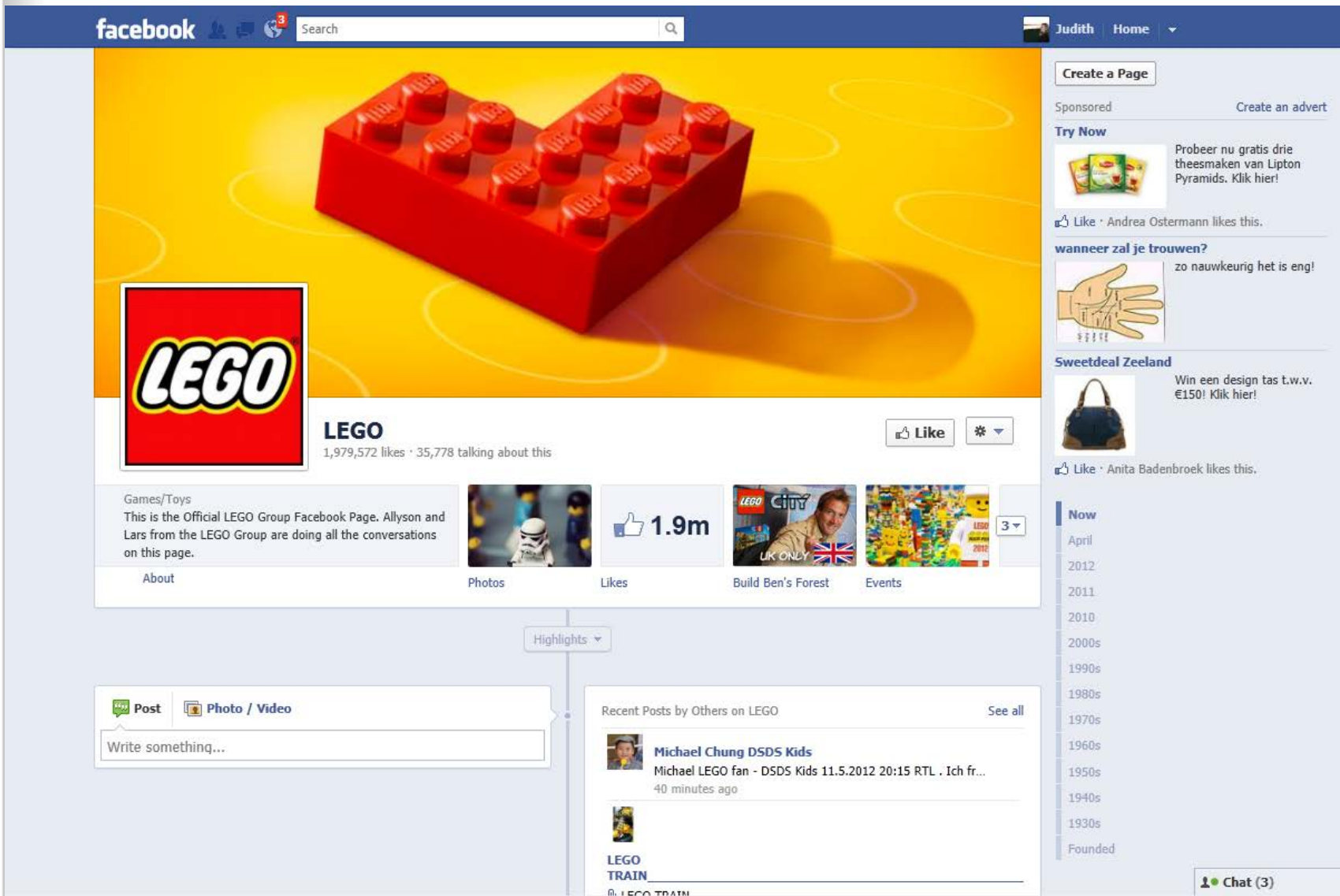


SCALDIS ACADEMY

I'M AN ADULT DEALING WITH A LEGO ADDICTION

Every time I walk into a LEGO store, a helpful employee asks, "Are you looking for a gift today?" I'm always happy to reply, "Yes, a gift for myself." My answer usually gets a smile and a knowing look. I'm not the only adult that loves LEGO toys.

I LIKE LEGO!


facebook
Search
Judith
Home
Create a Page
Sponsored
Create an advert
Try Now
Probeer nu gratis drie theesmaken van Lipton Pyramids. Klik hier!
Like · Andrea Ostermann likes this.
wanneer zal je trouwen?
zo nauwkeurig het is eng!
Sweetdeal Zeeland
Win een design tas t.w.v. €150! Klik hier!
Like · Anita Badenbroek likes this.
LEGO
1,979,572 likes · 35,778 talking about this
Like
Games/Toys
This is the Official LEGO Group Facebook Page. Allyson and Lars from the LEGO Group are doing all the conversations on this page.
About
Photos
1.9m
Likes
Build Ben's Forest
Events
Highlights
Post
Photo / Video
Write something...
Recent Posts by Others on LEGO
See all
Michael Chung DSDS Kids
Michael LEGO fan - DSDS Kids 11.5.2012 20:15 RTL . Ich fr...
40 minutes ago
LEGO TRAIN
Now
April
2012
2011
2010
2000s
1990s
1980s
1970s
1960s
1950s
1940s
1930s
Founded
Chat (3)

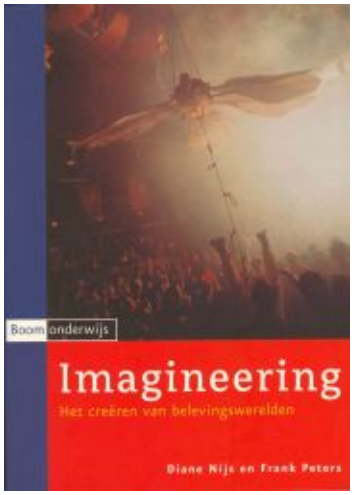
“HUISWERK”

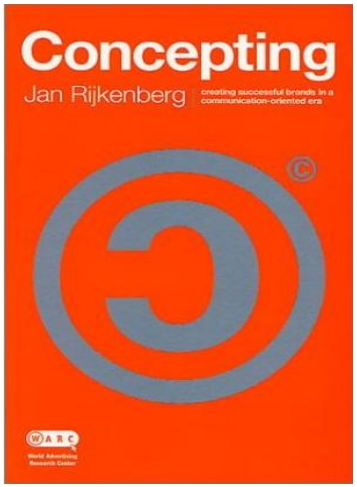
Een aantal vragen om mee aan de slag te gaan.....

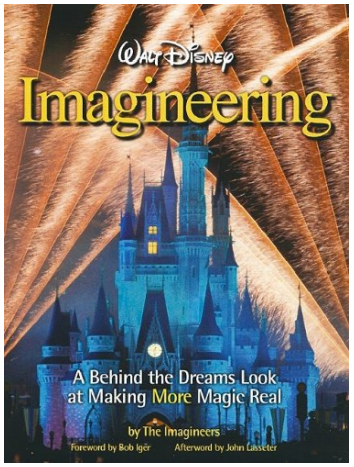
- Wat is de visie van de organisatie?
- Wat is de missie van de organisatie?
- Welke waarden staan centraal binnen de organisatie? En zijn dus ook nuttig om te communiceren naar uw potentiele gast?
- Waarom komt de gast naar uw organisatie? Met andere woorden: wat maakt het betekenisvol of de moeite waard?
- Op welke manier worden de zintuigen geprikkeld tijdens de deelname/beleving?
- Welk verhaal vertelt de gast na afloop? Is het de moeite waard om te vertellen?
- Welke mogelijkheden voor co-creatie zijn er voor uw organisatie? Met de gast, maar ook met andere organisaties.

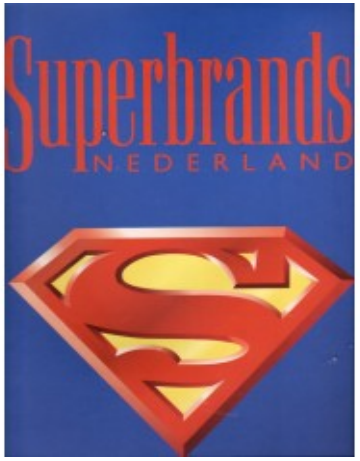
SCALDIS ACADEMY

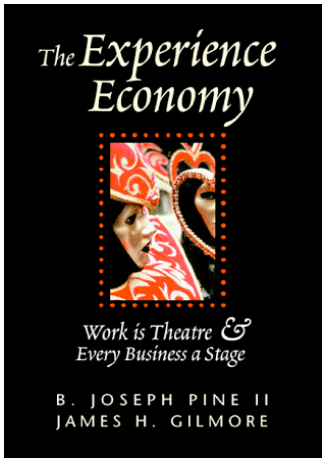
MEER LEZEN?

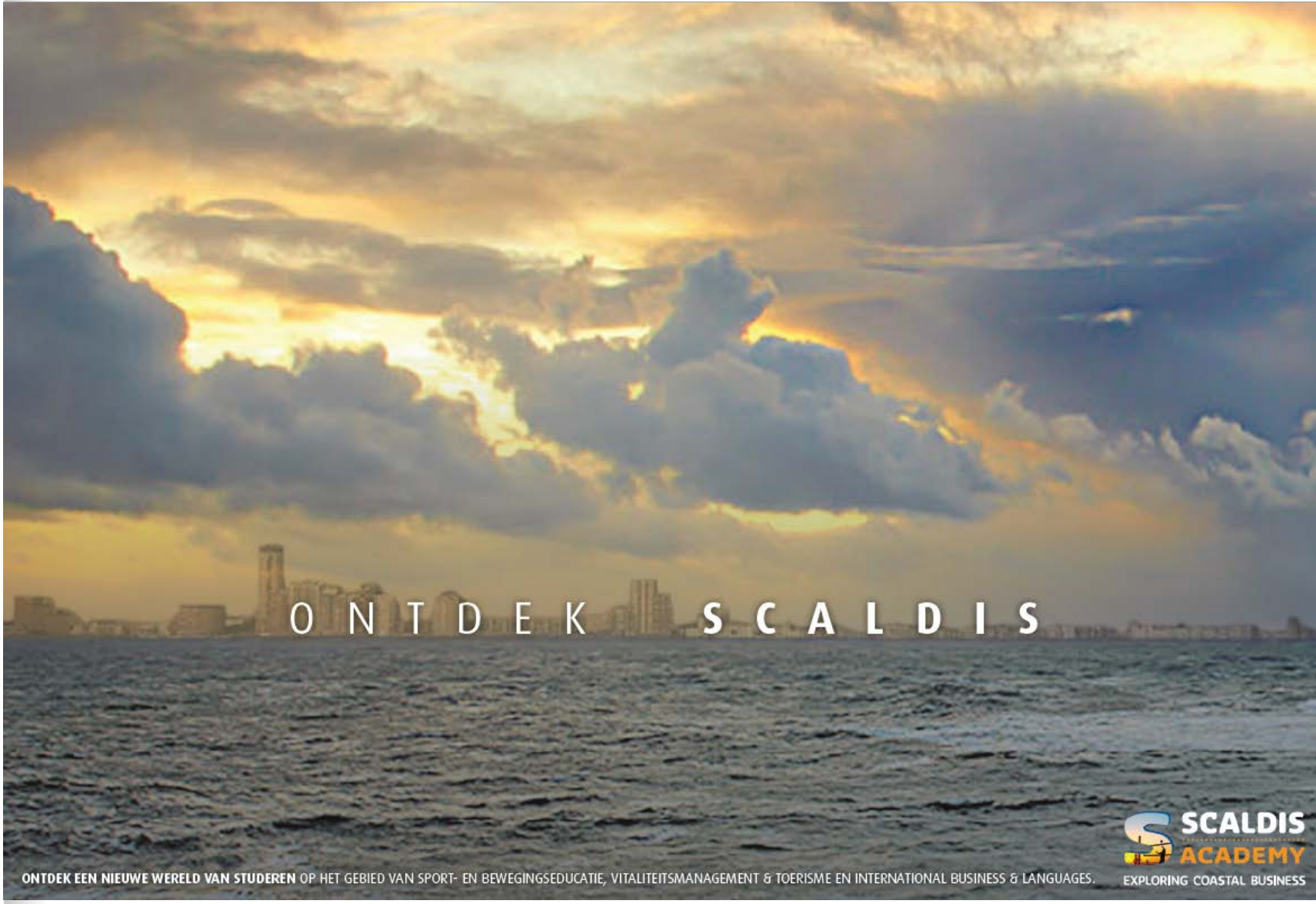












IN VLISSINGEN.....

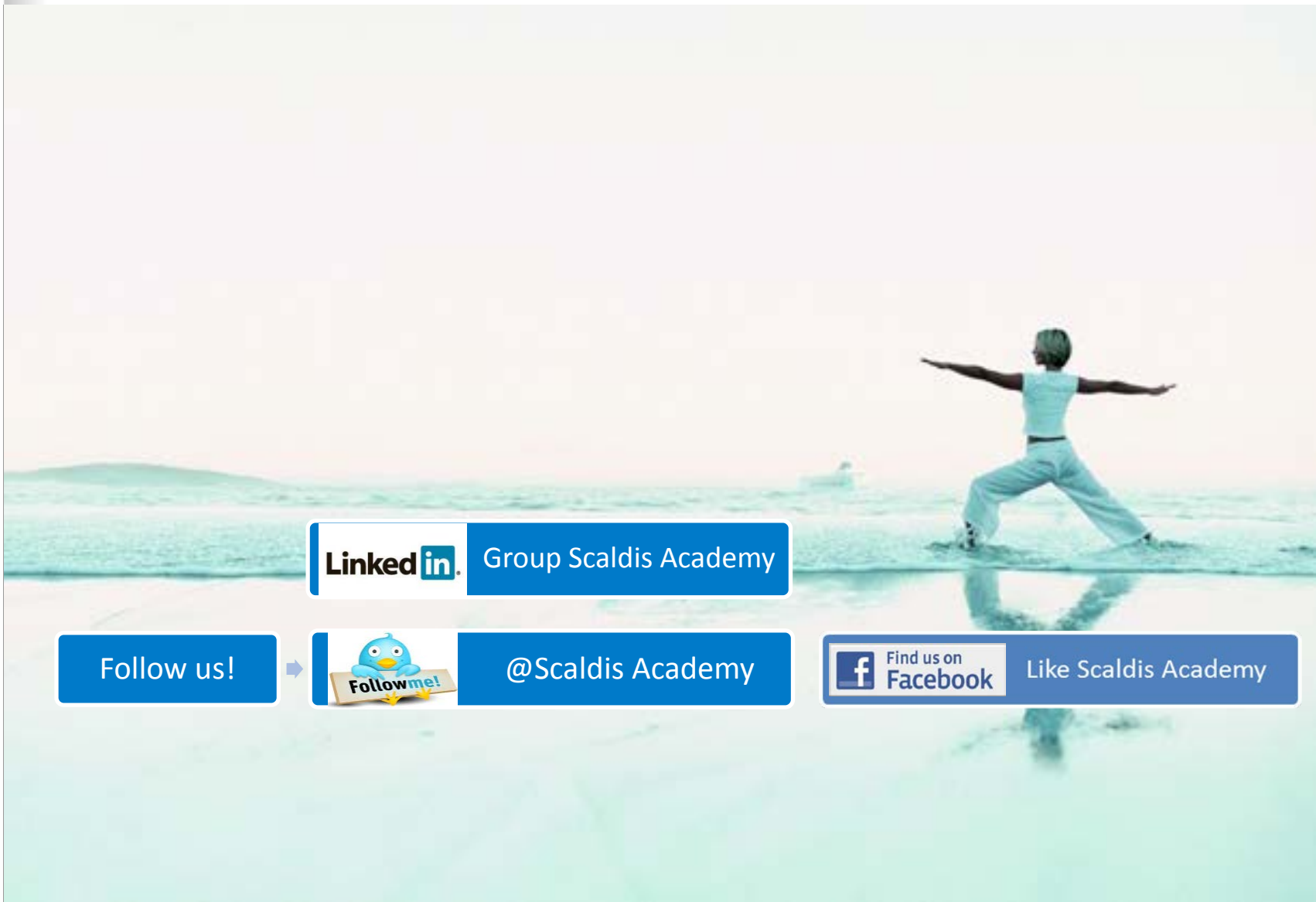
SCALDIS
ACADEMY

7 JUNI INFO-AVOND

MEER INFORMATIE WWW.HZ.NL

Exploring Coastal Business

VRAGEN?!


LinkedIn
Group Scaldis Academy
Follow us!
Followme!
@Scaldis Academy
Find us on Facebook
Like Scaldis Academy

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES