

Action canvas - Idee 4 / Zintuiglijke Marketing

De wijk van de zintuigen

Context

Wat is het probleem?

Wijk met een bijzonder ritme en een gebrek aan leven. Gebruikers vinden de wijk kil en niet erg vriendelijk. Gezien zijn lokale en internationale reputatie voldoet ze niet aan de verwachtingen.

Heeft u nog andere suggesties ?

Problematiek

Welke vragen probeer je te beantwoorden?

Hoe zelfstandige handelaars helpen om te kunnen blijven concurreren met grote winkeliers?

Hoe de aantrekkelijkheid van de wijk verbeteren?

Heeft u nog andere suggesties ?

Visie

Wat is de ambitie van het project ?

Zelfstandige handelaars ondersteunen bij het verfijnen van hun merkstrategie door een alternatief te bieden voor traditionele marketing: zintuiglijke marketing

Heeft u nog andere suggesties ?

Doelstellingen

Wat zijn de verwachte tastbare resultaten?

- Toename van het aantal bezoekers in de wijk
- Verhoging van de bestede tijd
- Diversificatie van de redenen voor bezoek
- Stijging van de omzet van de deelnemende handelaars

Heeft u nog andere suggesties ?

Doelpubliek

Voor wie is de oplossing?

De handelaars

Heeft u nog andere suggesties ?

Slogan

Wat is de slogan van uw project ?

Laten we leven, laten we het voelen...

Heeft u nog andere suggesties ?

Idee

Wat is uw project, in een paar regels ?

Creatie van een toolbox om handelaars en andere gebruikers van de Europese Wijk te ondersteunen bij de bepaling van hun zintuiglijke marketingstrategie.

Deze tools, die zich bevinden op een wendbaar, voortdurend aangevuld standaardplatform, volgen het volgende creatieproces:

1. Kandidaatsoproep "handelaar": registratie van elke handelaar-vrijwilliger voor het begeleidingsproces

2. Parallel hiermee wordt een "pool van deskundigen" op het gebied van zintuiglijke marketing opgezet.

3. Het matchen van een handelaar met een marketingexpert

4. In duo: audit, definitie van het op te lossen probleem en creatie van opnieuw toepasbare corrigerende maatregelen (instrumenten om aan andere handelaars door te geven)

5. Het online zetten van de tools op het "zintuiglijke marketing" platform

6. Gebruik van de voorgestelde instrumenten en best practices door elke geïnteresseerde handelaar.

Heeft u nog andere suggesties ?

Betrokken partijen

Welke rollen en vaardigheden?

- hub.brussels: initiatie en coördinatie

- Marketingbureau: experts, ondersteuning van de deelnemers

- Deelnemers: alle geïnteresseerde gebruikers met een focus op handelaars

- Grote administraties en bedrijven: potentiële ambassadeurs en "financiers"

- Communicatiebureau: bewustmaking van het thema en benutten van de resultaten

Heeft u nog andere suggesties ?

Tools en technologieën

Welke methoden, materialen of technologieën te gebruiken?

De bouw en identiteit van het uiteindelijke platform zal worden bevestigd door middel van een proces van betrokkenheid van de eindgebruiker. Dit zal het mogelijk maken om het beste instrument te definiëren voor het ontwerpen van een ideale toe-eigening.

Elk instrument wordt ontwikkeld aan de hand van een specifiek en nauwkeurig geval. Het is nu onmogelijk om de aard van de interventies te bepalen, maar de toon is gezet: "Sky is the limit".

Heeft u nog andere suggesties ?

Risico's

Wat zijn de mogelijke obstakels ?

- Gebrek aan belangstelling, betrokkenheid bij het project
- Gebrek aan zichtbaarheid
- Weinig gebruik van het platform
- Gebrek aan budget

Heeft u nog andere suggesties ?

Communicatie/Marketing

Wat is het communicatieplan van het project?

- Informeren : contextueel gezien, over de Europese wijk
- Bewustmaken : de voordelen van het gebruik van zintuiglijke arketingtechnieken
- Overtuigen : om aan het avontuur te beginnen
- Een reactie opwekken : bij gebruikers en andere potentiële kandidaten (door promotie)

Heeft u nog andere suggesties ?

Budget

Wat is het geraamde budget voor het project ?

- Opzetten van het project en de verschillende instrumenten ter structurering + communicatie: 50.000 euro EXCL. BTW
- Realisatie van 10 zintuiglijke marketing tools: 15.000 euro EXCL. BTW per tool.

Heeft u nog andere suggesties ?

Planning

Wat zijn de belangrijkste fasen van het project?

1. Opzetten van partnerschappen
2. Inschakeling van particuliere dienstverleners
3. Benchmark van bestaande vergelijkbare oplossingen
4. Oprichting van een groep eindgebruikers voor informatie, co-creatie en testen
5. Creatie van programmahulpmiddelen
6. Opstellen van een communicatieplan
7. Opstellen, lanceren en bekendmaken van de oproep tot het indienen van sollicitaties
8. Uitvoering van en toezicht op projecten

Heeft u nog andere suggesties ?