



MOVEMENT IN A DAY

MAAK GEBRUIK VAN DE CROWD IN 7 STAPPEN

TOT NU TOE HEEFT DE ECONOMIE ZICH GERICHT OP DE CONSUMENT B2C OF OP ORGANISATIES B2B, MAAR ER IS EEN NIEUWE MARKT ONTSTAAN: DE C2B MARKT. HIER IS HET DE CONSUMENT DIE ENORME WAARDE CREEËRT VOOR HET BEDRIJFSLEVEN, DE MARKETINGMIX OMGOOIT EN HET BUSINESS MODEL VAN EEN ORGANISATIE VERBETERT.

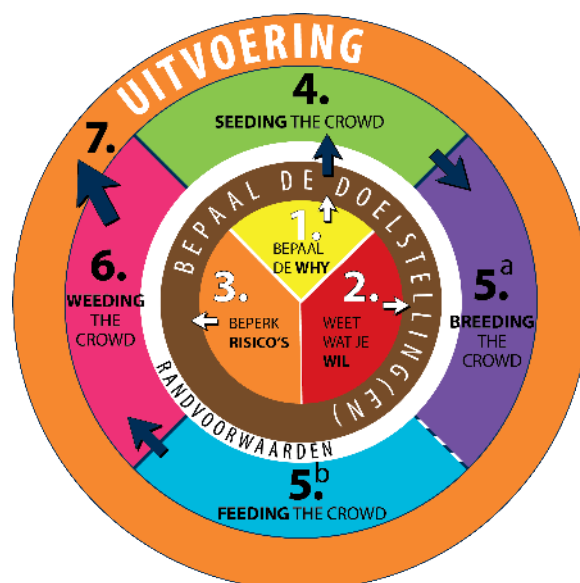
UIT DE C2B REVOLUTIE

Voor hen die wel gedreven zijn, maar zekerheid willen voordat ze het crowdsourcing avontuur ingaan, hebben wij de Movement in a Day. In een dagdeel brainstormen we samen met jou en je team over de crowdsourcing mogelijkheden voor je eigen organisatie, toegespitst op een concreet vraagstuk. Het resultaat is het gezamenlijk bouwen van een eerste actieplan.

Inhoud van deze workshop

De rode draad van de dag is het prijswinnende zevenstappenmodel – het ‘Steeringwiel of crowdsourcing’ – waarmee alle facetten die bij crowdsourcing aan bod komen worden behandeld.

De insteek hierbij is zeer interactief. Bij elke stap wordt de theorie erachter behandeld, komen veel praktijkvoorbeelden aan bod en dien je vervolgens zelf aan de slag te gaan om de betreffende stap voor je eigen organisatie in te vullen. Het resultaat aan het einde van de dag is je eigen crowdsourcing plan, die je voor de rest van het team pitcht.



Wat bereik je in één dagdeel?

- ➡ Een eigen crowdsourcing plan, waarmee je de volgende ochtend direct aan de slag kan gaan.
- ➡ Jij en je team leren de ins en outs van crowdsourcing. Wat kan je ermee, waar gebruik je het voor, wat zijn de valkuilen en hoe kan je het beste crowdsourcen.
- ➡ Neuzen dezelfde kant op, door gezamenlijke creatie van crowdsourcing plannen.



Indien gewenst gebruikt C2B de gezamenlijke input van de ontwikkelde ideeën, om na afloop één creatief masterconcept uit te werken, als basis voor jouw eigen movement.

Voor wie is deze cursus bestemd?

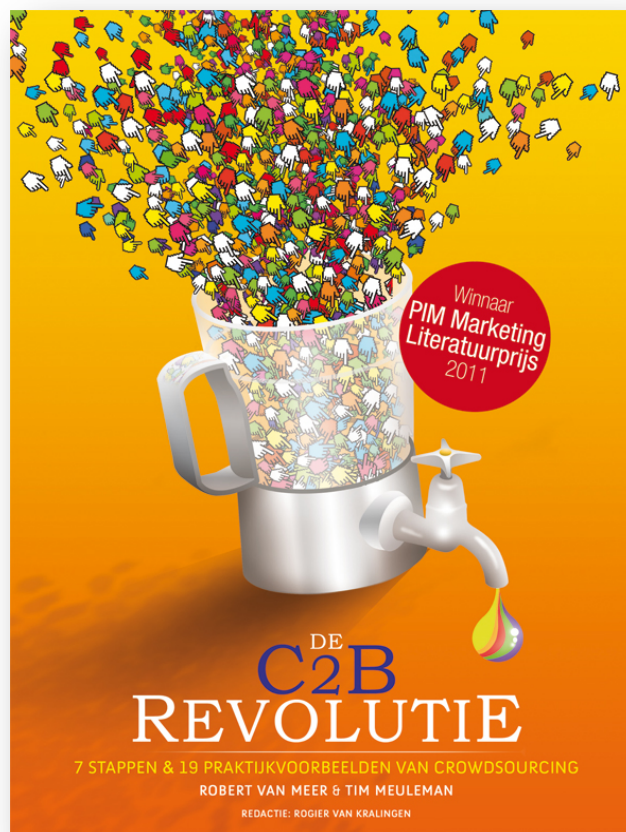
managers, adviseurs en medewerkers op gebied van marketing, communicatie, innovatie en klantcontact. Het liefst zien we een variërende groep collega's van verschillende afdelingen bij elkaar. Dit zorgt niet alleen voor creatieve inzichten, maar vergroot het draagvlak voor crowdsourcing direct organisatie-breed.

Tijdsduur

De workshop kan in een dagdeel of een dag gegeven worden. Tijdens beide versies worden concrete crowdsourcing plannen aan de hand van het 7 stappen model gevormd. Het grote verschil is dat er bij de één-daagse workshop dieper op elke stap in wordt gegaan (zowel dieper in de theorie als meer voorbeelden uit de praktijk), en er meer tijd is om je eigen crowdsourcing plan vorm te geven / extra dimensies aan je plan te geven.

Maximale groepsgrootte

De workshop komt het beste tot zijn recht met een maximale groepsgrootte van 20 mensen. De minimale grootte ligt op 3.



Docenten



Tim Meuleman

OF



Robert van Meer

Tim Meuleman – Managing Partner C2B

“Mijn grootste ambitie is om de business as we know it om te kantelen. Er is zo veel meer mogelijk, zodra bedrijven zich open stellen en mensen van buiten betrekken! Van het verkrijgen van briljante inzichten, tot het stimuleren van echte innovaties, tot het creëren van fans en loyale ambassadeurs. Hele gave dingen kunnen plaatsvinden. Het enige dat hiervoor nodig is, is inzien hoe leuk en makkelijk het kan zijn om je consument met je te laten meedenken.”

Tim haalt zijn grootste energie uit het aangaan van creatieve uitdagingen en het ontwikkelen van succesvolle strategieën. Hij neemt geen genoegen met een voldoende en komt pas tot rust als de klant verrast is en het traject voor de volle 100% in wilt gaan.

Tim is een veelgevraagd spreker, blogger (MarketingFacts), docent aan Beekestijn Business School, staat momenteel op de 27e plaats van Best Young Professionals van Nederland, en heeft de PIM literatuurprijs gewonnen voor het beste marketingboek van 2011 met het boek de C2B revolutie.

Robert van Meer – Managing Partner C2B

“De meesten zien hun klant als afzetmarkt. Beetje kortzichtig, want ze zijn natuurlijk zo veel meer. In plaats van vechten om de kopende consument, zouden organisatie eens moeten nadenken wat ze kunnen betekenen voor de –nog veel waardevollere- creërende consument.”

Sinds 2008 is Robert al aan het pionieren met crowdsourcing. Zo heeft hij aan de wieg gestaan van Edge-amsterdam, een internationaal elite-netwerk voor creatieve studenten die werken aan communicatie vraagstukken voor merken als O'Neill en Heineken. En nog steeds wil hij niets liever dan verder pionieren in dit vakgebied en is hij managing partner van C2B. Hier is hij iedere dag bezig met strategie of creatieve concepten voor crowdsourcing en co-creatie. Voor grote organisatie, overheden en het MKB.

Naast het dagelijkse reilen en zeilen binnen C2B is Robert docent aan Beekestijn Business School én Vastgoed Business School, blogger (MarketingFacts en Frankwatching), veelgevraagd spreker en is hij co-auteur van de C2B revolutie (winnaar PIM literatuurprijs voor beste marketingboek 2011).