



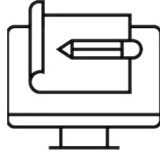


## In 5 stappen naar proposities met meerwaarde.

Met deze stappen laten we zien hoe je komt tot een propositie die nut voor jouw klant heeft, geloofwaardig en onderscheidend is. Dé randvoorwaarde om waarde toe te voegen.

Kom je er niet uit of wil je het niet allemaal zelf doen? We helpen je natuurlijk graag! Bel of mail dan met Geja op 0651242984/ [geja@marketing-queens.nl](mailto:geja@marketing-queens.nl) of Annelies 0653290129 / [annelies@marketing-queens.nl](mailto:annelies@marketing-queens.nl) voor meer informatie.

Stap 1.	Stap 2.	Stap 3.	Stap 4.	Stap 5.
<b>Groei Kansen &amp; Toekomst visie</b>	<b>Scope</b>	<b>Exploratie</b>	<b>Ideation</b>	<b>Prototyping</b>
				
<ul style="list-style-type: none"> <li>Start vanuit je merk en de toekomstvisie van je organisatie.</li> <li>Bepaal trends en onderstromen vanuit markt, cultuur en tech.</li> <li>Stel – emotionele-concurrentie en bedreigingen vast.</li> <li>Bepaal groei thema's aan de hand van stap 2 en 3.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kies een groeithema.</li> <li>Bepaal doelgroep.</li> <li>Omschrijf het doel van je ontwikkel traject .</li> <li>Stel randvoorwaarden (tijd, geld) en betrokkenen vast.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Onderzoek op welke manier hebben anderen dit geprobeerd op te lossen?</li> <li>Praat met eindgebruikers: welke behoeften en pijnpunten stel je vast bij de doelgroep?</li> <li>Praat met beïnvloeders van de eindgebruikers: welke randvoorwaarden stellen zij?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Creëer oplossingen op behoeften van de eindgebruiker aan de hand van ideation technieken.</li> <li>Genereer zoveel mogelijk ideeën en leg ze allemaal vast.</li> <li>Oordeel niet tijdens dit proces.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Combineer, verfijn of verbreed ideeën.</li> <li>Toets de ideeën aan de behoeften en pijnpunten van de doelgroep.</li> <li>Maak meerdere testbare concepten.</li> <li>Toets concepten bij je in stap 2 gekozen doelgroep en je merk dna.</li> <li>Pas concepten aan en toets opnieuw.</li> </ul>
<b>Resultaat</b>	<b>Resultaat</b>	<b>Resultaat</b>	<b>Resultaat</b>	<b>Resultaat</b>
1. Vernieuwings thema's.	2. Scope.	3. Inzicht in klant wens.	4. Veel oplossingen.	5. Oplossingen die inspelen op jouw groeithema en waarde voor de klant hebben.