



Docent: Jaap Haanschoten

Amber Hildebrand: s1114442

Jesper Ophof: s1104136

Lucia Everts: s1113636

Inhoudsopgave

OPDRACHT 2	3
ONS IDEE.....	3
WAARBORGEN HAALBAARHEID	3
VERGROTEN VAN DE IMPACT	4
ORIGINALITEIT VERGROTEN	4
CONCEPTVERSIE	4
BATTLE CORNER 3	6
PRODUCTONTWIKKELING	6
BATTLE CORNER 4	7
HET BUSINESS MODEL CANVAS.....	7
<i>Strategische partners:</i>	8
<i>Kernactiviteiten:</i>	8
<i>Waardepropositie:</i>	8
<i>Klantrelaties:</i>	8
<i>Klantsegmenten:</i>	8
<i>Mensen en middelen:</i>	8
<i>Kanalen:</i>	8
<i>Kostenstructuur:</i>	8
<i>Inkomstenstromen:</i>	8
DIAGRAM	8
BATTLE CORNER 5	10
PITCH	10
PITCH LINK.....	10
DIAVOORSTELLING PRE-BATTLE	11

Opdracht 2

Ons idee

Met de samenvoeging van de groepjes, zijn wij tot een nieuw idee gekomen. Wij hebben hierbij beide ideeën naast elkaar gelegd, en zo goed mogelijk beide ideeën in elkaar verwerkt tot één idee. Hieronder leest u het idee:

Wij willen ouderen buiten in beweging krijgen en de ouderen kennis laten maken met de beweegwereld van de jongeren.

Onder ouderen verstaan wij ouderen boven de 65 jaar. Deze ouderen worden in contact gebracht met middelbare scholieren. Het is namelijk de bedoeling dat de ouderen elke week een activiteit aangeboden gaan krijgen. Deze activiteit wordt opgezet en georganiseerd door de stagiaires. De activiteiten verdeling zal als volgt gaan:

- De ene week zal er buiten een activiteit zijn waarbij ouderen in contact worden gebracht met hun hobby's van vroeger.
- De andere week zullen de ouderen kennis maken met de beweegwereld van de jongeren.

De ouderen kunnen zich opgeven door een vast nummer te bellen. De tussenpersoon zal de beheerder van het telefoonnummer zijn. Wij als organisatie Stay Connected zijn de tussenpersoon. De tussenpersoon gaat opzoek naar de scholen voor de maatschappelijke stages en gaat op zoek naar de tehuizen. De tussenpersoon brengt de maatschappelijke stagiaires en de tehuizen met elkaar in verbinding en is tegelijkertijd ook de contactpersoon.

De ouderen kunnen een stempelkaart aanschaffen om mee te doen met de activiteiten. De ouderen krijgen een stempel bij de keren dat zij mee zullen doen. Het is uiteraard ook mogelijk om een los kaartje te kopen. De stempelkaart is vol als de ouderen 10 stempels hebben gekregen. Zij mogen dan de 11^e keer gratis meedoen. De stempelkaart zal €47,50 kosten en een los kaartje €5,-. Dit zal voor onze organisatie de inkomstenbron zijn. Ook heeft onze organisatie sponsors.

Aan de maatschappelijke stagiaires is het de taak om eerst uit te zoeken welke activiteiten en/of oude hobby's de ouderen willen doen. Ook moeten ze zelf kijken wat zij de ouderen aan willen bieden. Hieruit zullen zij het programma gaan maken. Het programma zal verspreid worden in de buurtkrant, in het bejaardentehuis zelf, bij de dokter, bij de fysiotherapeut, bij de coffeecorner en in de supermarkt. De activiteit zelf zal op een vaste dag plaatsvinden.

Waarborgen haalbaarheid

Om het idee te realiseren zijn meerdere partijen nodig. De eerste partij die nodig is, zijn middelbare scholen. Deze zullen eerst goedkeuring moeten geven voordat we de leerlingen kunnen koppelen aan de ouderen. Als hier geen goedkeuring is, valt er verder weinig te halen. De tweede, en ook erg belangrijke partij zijn de ouderencentra. Ook van deze partij moet toestemming komen om de ouderen te koppelen aan de jongeren. Wanneer er geen goedkeuring komt van deze partij, is het idee niet meer uit te voeren.

Een aantal andere mogelijke partijen die erbij betrokken zouden kunnen worden, zijn gemeenten, reclamebureaus en activiteitenorganisaties. Deze partijen zijn minder belangrijk

dan de middelbare scholen en de ouderencentra. Ook zal hiernaast de sponsoring ook een grote rol spelen. Hierbij hopen wij dat de overheid onze organisatie zal steunen.

Vergroten van de impact

De belangrijkste doelgroep bij dit idee zijn de ouderen. Een groot probleem bij ouderen is de eenzaamheid en het bewegen. Door dit probleem te koppelen aan het bewegen en in contact komen met een andere groep in de samenleving (jongeren), wordt ervoor gezorgd dat door in contact te komen met een gedeelte van de samenleving ook meer en mogelijk ook gevarieerder gaan sporten en bewegen.

Door dit als stage aan te bieden, helpen de jongeren in eerste instantie de ouderen. Maar doordat de jongeren met de ouderen optrekken zullen beide partijen veel van en over elkaar leren. Er zijn natuurlijk grote verschillen tussen beide groepen. Het zal voor beide partijen dus erg aantrekkelijk zijn.

Originaliteit vergroten

Er zijn nog maar weinig initiatieven in Nederland met een soortgelijk idee. Hierdoor is het al een vrij origineel idee. Het is alleen erg lastig om dit idee nog veel origineler te maken. Wel is het mogelijk om de activiteiten die de ouderen en jongeren samen gaan doen, origineler te maken of deze aan te passen waardoor het interessanter wordt. Het is al erg origineel dat wij de ouderen ook kennis laten maken met de beweegwereld van de jongeren. Ook is het voor naar ons inzien erg origineel om de hobby's van de ouderen die zij vroeger hadden terug te brengen naar nu.

Conceptversie

Hieronder zie je het eerste weekblad van Stay Connected. Hierbij hebben wij een krantje gemaakt om uit te leggen wie wij zijn, wat wij doen en hoe wij te werk gaan. In de volgende krantjes zullen wij het programma zetten.



Ouderen bewegen buiten te weinig



"Iets minder dan de helft geeft aan vaker naar buiten te willen"

Het CBS (2017) concludeert in recent onderzoek dat twee derde van de bewoners wel dagelijks (30%) of ten minste één keer per week buiten komt (34%). Iets minder dan de helft van de bewoners geeft aan vaker naar buiten te willen, maar doet dit niet omdat de gezondheid dat belemmert, of omdat niemand mee wil of de bewoner kan brengen en halen. Mensen die weinig buiten komen, hebben vaak (zeer) ernstige fysieke beperkingen en krijgen minder bezoek.

In een interview met mevrouw Kok, een vrijwilliger bij het Rode Kruis, kwam naar voren dat het belangrijk is voor ouderen om elke week activiteiten te gaan doen. De plezierbeleving is hierin het grootst wanneer de ouderen herinnert worden aan hun vroegere hobby.

Maatschappelijk

In Nederland voelen veel ouderen zich eenzaam. Uit onderzoek blijkt dat een miljoen ouderen in Nederland zich eenzaam voelt. (Ouderenfonds, 2018)

Uit interviews met verschillende instanties blijkt dat de eenzaamheid van ouderen aangepakt zou kunnen worden door ze in contact te brengen met jongeren.

In heel Nederland moeten veel scholieren maatschappelijke stage lopen. Om voor deze grote vraag naar maatschappelijke stages een passend aanbod te kunnen vinden is best lastig. Kunnen we ouderen meer buiten laten bewegen door de connectie te maken met jongeren die maatschappelijke stage moeten lopen?

Maatschappelijke stages middelbare scholieren

Uit verschillende crossfunctional gesprekken komt naar voren dat het zeker mogelijk is om de ouderen samen met de jongeren in contact te brengen. De bedoeling is dat ze dan samen op een sportieve manier activiteiten gaan doen die aansluiten bij de belevingswereld van beide generaties.



Wie zijn wij?

Wij zijn een organisatie die eenzame ouderen (65+) verbinden met jongeren door middel van maatschappelijke stages. Wij willen ouderen buiten in beweging krijgen en de ouderen kennis laten maken met de wereld van de jongeren. Wij bedenken elke week verschillende buitensportactiviteiten. Deze beweegactiviteiten bestaan uit de oude hobby's van de ouderen en het kennismaken met de wereld van de jongeren. Denk hierbij aan virtual reality, technologie. De activiteiten zullen elkaar afwisselen. Het activiteitenprogramma komt elke week in de buurtkrant/weekkrant. Deze buurtkrant wordt verspreid in bejaardentehuizen, bij verschillende zorginstaties zoals fysiotherapie en bij supermarkten.



Samen gezond

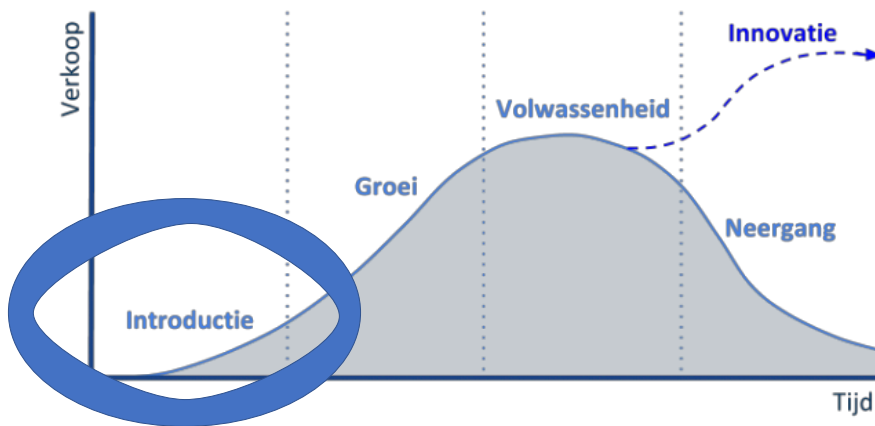
De ouderen en jongeren kunnen zich per week inschrijven door naar de tussenpersoon te bellen (123456). Dit nummer zal in elk weekblad verschijnen. De tussenpersoon is de contactpersoon voor het bejaardentehuis en voor de stagiaires. De tussenpersoon zorgt voor de connecties tussen de ouderen en de jongeren.

Om mee te doen aan het project kunnen de ouderen een stempelkaart aanschaffen. Deze stempelkaart kost €47,50. De ouderen krijgen een stempel bij deelname aan elke bewegingsactiviteit. De stempelkaart is vol bij 10 stempels. De 11e keer is gratis! Een los kaartje voor een activiteit kost €5.

Maatschappelijk

Battle corner 3

Productontwikkeling



	<u>Wat houdt het in?</u>	<u>Wat is er nodig voor jullie innovatie?</u>
Marketing doel	Zo veel mogelijk ouderen/jongeren bereiken voor het project.	Contact met scholen en ouderencentra.
Product	Stage jongeren om voor contact te zorgen met (eenzame) ouderen.	Goede communicatie tussen middelbare scholen en ouderencentra.
Prijs	-	-
Plaats	Regionaal, mogelijk nationaal.	Ondersteuning gemeenten en de meewerkende instanties.
Nadruk promotie	Gemeenten, VO's en ouderencentra.	Mogelijk ondersteuning van reclamebureau om doelgroep te bereiken.
Promotie-uitgaven	Mogelijke uitgave aan reclamebureau.	Geld.

Battle corner 4



4

Het business Model Canvas

Het Business Model Canvas

Strategische partners	Kernactiviteiten	Waardepropositie	Klantrelaties	Klantsegmenten
Welke externe strategische partners zijn nodig om het product succesvol te kunnen creëren, verkopen, leveren?	Wat zijn de noodzakelijke activiteiten om het product succesvol te kunnen creëren, verkopen, leveren?	Wat is het aanbod voor de klant?	Hoe worden relaties met klanten gelegd en onderhouden?	Wie zijn de belangrijkste klanten en wat is hun behoefte?
verzorgingshuizen scholen drukkerij buurthuizen	Stagiaires tussenpersonen	Buiten beweg activiteiten maatschappelijke stage Wereld jongeren	tussenpersoon	65 plussers - buiten bewegen
	Mensen en middelen Welke mensen en middelen zijn intern nodig om het product succesvol te kunnen creëren, verkopen, leveren?		Kanalen Hoe kunnen de klanten worden bereikt?	
	tussenpersonen		Flyers kranten	
Kostenstructuur Wat zijn de kosten van de ontwikkeling? Wat zijn de belangrijkste vaste en variabele kosten na		Inkomstenstromen Wat is het verdienmodel? Waar zijn klanten bereid voor te betalen?		
	Tijd Productie Communicatie Zorgverlener			Stempelkaart Losse kaartjes

www.businessmodelgeneration.com ivatiebureau SUNIDEE www.sunidee.com

Wij zijn erachter gekomen dat wij dit model niet helemaal correct hebben ingevuld. Zo klopten de kernactiviteiten niet en moesten wij de mensen en middelen nog even aanpassen. Hieronder vindt u de juiste uitwerking.

Strategische partners:

Welke externe strategische partners zijn nodig om het product succesvol te kunnen creëren, verkopen, leveren?

- Verzorgingstehuizen
- Buurthuizen
- Scholen
- Drukkerij

Kernactiviteiten:

Wat zijn de noodzakelijke activiteiten om het product succesvol te kunnen creëren, verkopen, leveren?

- Beweegactiviteiten buiten
- Het in contact komen met de (wereld van de) jongeren
- Maatschappelijke stage

Waardepropositie:

Wat is het aanbod voor de klant?

- Beweegactiviteiten buiten
- Het in contact komen met de (wereld van de) jongeren
- Maatschappelijke stage

Klantrelaties:

Hoe worden relaties met klanten gelegd en onderhouden?

- Tussenpersoon

Klantsegmenten:

Wie zijn de belangrijkste klanten en wat is hun behoefte?

- Ouderen van 65+
 - o Buiten bewegen

Mensen en middelen:

Welke mensen en middelen zijn intern nodig om het product succesvol te kunnen creëren, verkopen, leveren?

- Tussenpersonen
- Stagiaires

Kanalen:

Hoe worden klanten bereikt?

- Flyers
- Kranten

Kostenstructuur:

Wat zijn de kosten van de ontwikkeling?

Wat zijn de belangrijkste vaste en variabele kosten na introductie?

- Tijd
- Productie
- Communicatie
- Zorgverzekeraars

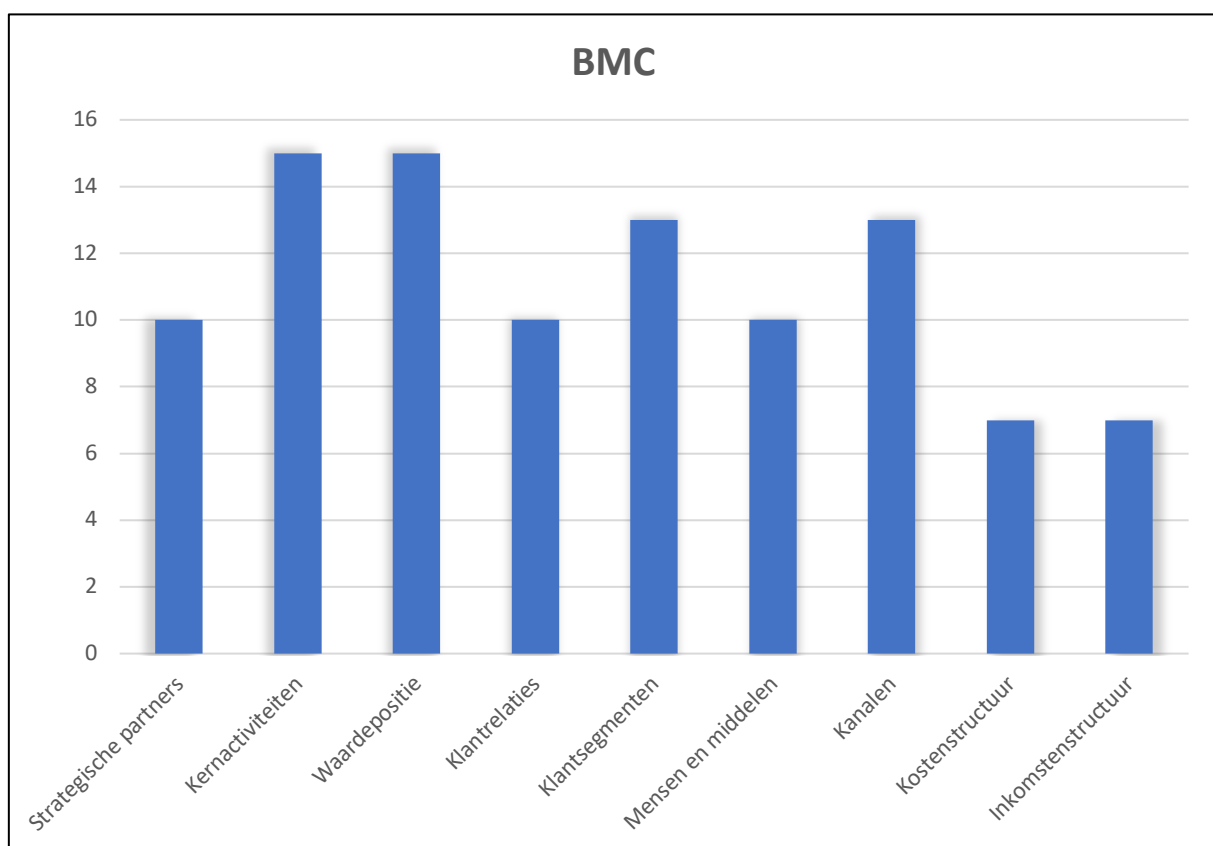
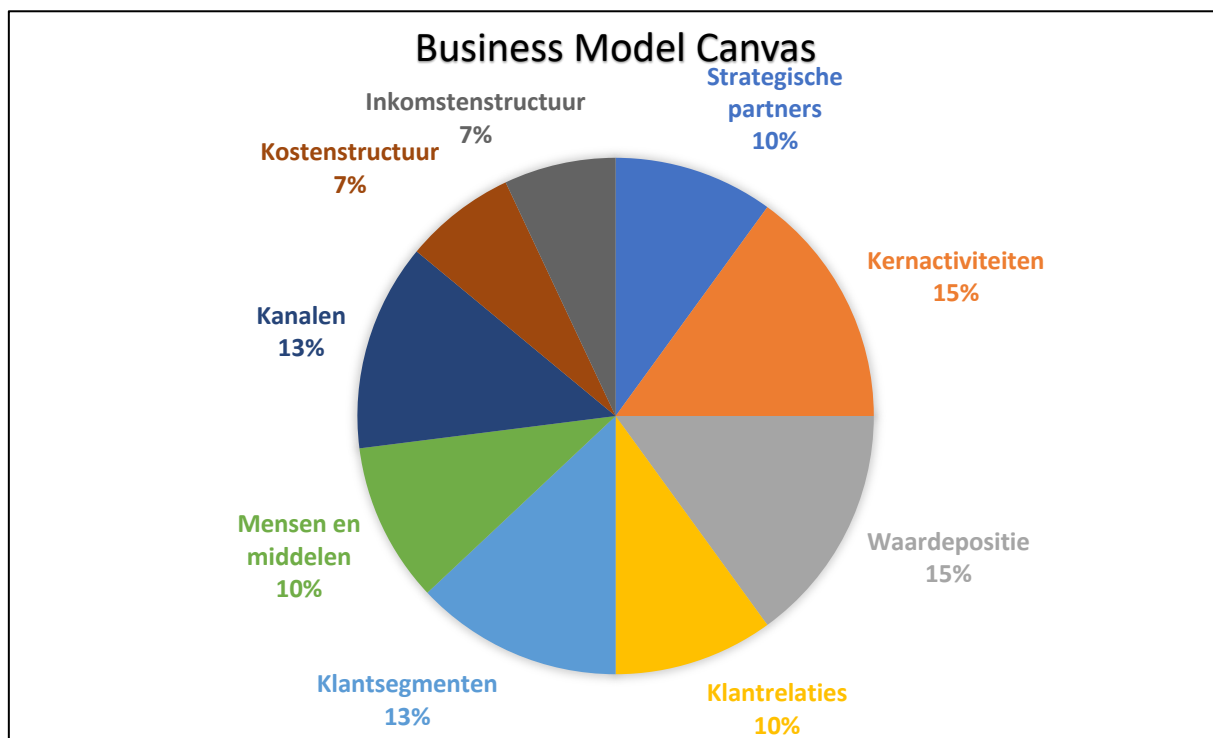
Inkomstenstromen:

Wat is het verdienmodel? Waar zijn de klanten bereid voor te betalen?

- Stempelkaart
- Losse kaartjes

Diagram

Wij hebben een cirkeldiagram gemaakt en een staafdiagram. Op deze twee manieren heeft u een goed overzicht wat allemaal belangrijk voor ons is. Zoals u ziet, zijn de verschillen niet erg groot. Wij vinden namelijk dat alle punten belangrijk zijn. Er zal dan ook aan alle punten voldoende aandacht moeten worden gegeven.



Battle corner 5

Pitch

De One-Liner: Jong en Oud samen in beweging

De 9 woorden die wij hebben uitgelicht uit ons Business Canvas Model zijn de volgende :

Ouderen

Uit verschillende onderzoeken is gebleken dat de kloof tussen jongeren en ouderen steeds groter wordt. Daarnaast is ook bekend dat het bewegen onder ouderen afneemt. Wij willen deze problemen combineren tot 1 oplossing.

Sponsoren

Als sponsoren willen wij kijken naar zorgverzekeraars. Dit staat echter wel nog op een lage drempel. Wij willen het eerst van de grond zien te krijgen. Ook kunnen verenigingen ons sponsoren door bijvoorbeeld materialen te regelen voor de activiteiten.

Buiten

De bewegingsactiviteiten willen wij het liefst in de buitenlucht aanbieden. Dit zorgt ervoor dat beide groepen niet in hun meest vertrouwde omgeving zitten.

Maatschappelijke stage

De doelgroep jong, die we met de ouderen in contact willen brengen willen we halen uit eventuele maatschappelijke stages op de middelbare scholen.

Tussenpersoon

Wij zouden als bedrijf als tussenpersoon tussen de middelbare scholen en de ouderen/verzorgingstehuizen willen fungeren.

Middelbare school

De middelbare school is voor ons de meest belangrijke locatie om de jeugd actief deel te laten nemen aan ons programma.

Productie

Qua kosten/productie zal het vooral gaan zitten in de tijd dat je bereikbaar moet zijn als tussenpersoon, het actief werven van verzorgingstehuizen en middelbare scholen, en het ontwikkelen van aangepaste bewegingsactiviteiten

Stempelkaarten & Zorgverzekeraars

Ons verdienmodel is gebaseerd op een stempel kaart die de ouderen kunnen aanschaffen voor 50 euro, deze kan 10x gebruikt worden, en dan krijg je de 11x gratis.

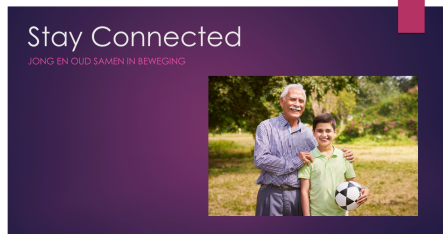
Daarnaast willen we als het enigszins van de grond komt graag actief contact leggen met zorgverzekeraars. Deze hebben er namelijk baat bij dat ouderen meer bewegen, om kosten die te maken hebben met te weinig bewegen de kop enigszins in te drukken.

Pitch link

<https://drive.google.com/open?id=1qu7Zw4qZQ0xQl6tGFhvHOwgAZGqpBuA0>

Het is mogelijk dat er staat dat het filmpje wordt verwerkt. U kunt dan wel downloaden via de download knop.

Diavoorstelling pre-battle



Mnr. Oostwauder

► "Ik geloof zeker dat als dit helemaal tot een daadwerkelijk concept met een plan/missie/en visie erachter wordt uitgewerkt dat dit invloed kan gaan hebben op scholen"

Mevrouw Polhout

► "Maar ik zal zeker zeggen dat als jullie hiermee verder gaan, en het zou van de grond komen dit een grote toevoeging aan het leven van de ouderen zou kunnen betekenen, en op grotere schaal natuurlijk ook op de maatschappij."

Mevrouw Boersma

► "Om te beginnen, wat goed dat jullie hieraan gedacht hebben, want inderdaad, het is een ontzettend lastig iets om eenzame ouderen die nog thuis wonen ten eerste al goed in beeld te krijgen, en ten tweede goed te bereiken. Ik geloof wel in een dusdanige samenwerking."

Mevrouw Onvlee

► "Ik merk inderdaad dat binnen de kring van ouderen het contact met jongeren bijna uitsluitend van familie vandaan komt. Het lijkt me een waardevol initiatief om jong en oud ook in andere kringen samen te krijgen."

Jong en oud samen in beweging, dat is onze drijfveer.



(Zie het logo, de krant en de poster).