

# Frislicht Live

**MOUNTVIEW**

INGMAR DE LANGE



# INTRO

De centrale uitdaging voor merken:

de 'ongrijpbare consument' weer bereikbaar te maken.

De belangrijkste les: val je klant minder lastiger en biedt meer relevantie.

Daarmee creëer je de meeste aandacht en de beste relatie.

Dit klinkt simpel, maar is in de praktijk een flinke uitdaging.

Deze workshop introduceert een effectief principe.



# **DE WORKSHOP**

De basis is dat een promotie op een behoefte moet inspelen.

En een product moet kunnen communiceren.

Ofwel, er ontstaat een overlap tussen beiden.

Een product wordt een beetje een promotie en een promotie een beetje een product.

In het midden gebeurt iets interessants: concepten die zowel *nuttig* als *opvallend* zijn.

Deze staan centraal bij deze workshop.



# **DEEL 1**

De eerste module introduceert een denkkader dat helpt deze concepten te ontwikkelen.

Dit wordt gedaan met een eenvoudige, sprekende metafoor.

Vervolgens wordt verteld hoe deze gedachtegang is geëvolueerd en waar deze heen gaat.

Dit wordt geïllustreerd met een groot aantal cases.

Deze zitten op het vlak van communicatie, marketing en productontwikkeling.



## **DEEL 2**

Het tweede gedeelte vertelt hoe dergelijke concepten ontwikkeld kunnen worden.

Bijvoorbeeld: wat dient het uitgangspunt te zijn, wat kenmerkt een sterk concept, om wat voor doelgroepbenadering vraagt dit en op welke wijze wordt het traject geëvalueerd?



## **DEEL 3**

Het derde gedeelte is een brainstorm.

De gepresenteerde principes worden concreet toepast.



# **REFERENTIES**

Deze workshop is in diverse varianten gehouden.

Voor instellingen: **Erasmus Universiteit** (jaarlijks op EURIB's Master Of Brandmanagement en als individuele Masterclass), **Rijksuniversiteit Groningen** (Master of Branding), **Universiteit Nyenrode** (PRAGMA), **NIMA** (Brand Activation), **The Brand Fuel Academy** (vast onderdeel), **Het Sponsorcongres** en diverse **Hoge Scholen**.

En voor bedrijven: ANWB, CCCP, Danone, Fortis, Heineken, Heinz, Innocent Drinks, Nintendo, Orange, PayPal, en Vrumona.



# INDELING

De indeling van de workshop is flexibel.

De delen kunnen losstaand of als geheel worden aangeboden.

De lengte van ieder blok is variabel.

## ***DEEL 1***

*0:30 - 2:00 uur*

## ***DEEL 2***

*1:00 - 2:30 uur*

## ***DEEL 3***

*2:00 - 4:00 uur*



# **ACHTERGROND**

Ingmar de Lange is merkstrateeg en eigenaar van Mountview, een bureau voor merkinnovatie.

Hij schrijft dagelijks op Frislicht.com over vernieuwing in merkenland.

En hij publiceert hier regelmatig over. Enkele voorbeelden:

*Het geheim van de brand-utility / Tijdschrift voor Marketing*

*Wat merken moeten met communities / Tijdschrift voor Marketing*

*Integreer product en promotie / MolBlog*

*De reclame als product, een product als reclame / Reclameweek*

*De samensmelting van product en promotie / Adformatie*

*Vrijdenkers in New York / Adformatie*

Hij is tevens geïnterviewd voor diverse marketingboeken.



**INGMAR DE LANGE**

INGMAR@MOUNTVIEW.NL