

Sprint 6 Vraagstuk en mogelijke interventies (*Denken I Vraagstuk begrijpen*)

Vanuit de besproken integratie van de interne en externe omgeving wordt als het goed is duidelijk welke kansen er liggen of welke problemen aangepakt moeten worden. Dit vormt vervolgens jouw vraagstuk waarmee je verder gaat. Je moet namelijk focus aanbrengen, omdat je niet met alles aan de slag kunt.

Doel van deze sprint is dus te kijken welke mogelijke interventies je kunt bedenken waarmee je een kans gaat benutten of het probleem gaat oplossen.

Om te bepalen of de interventie complex genoeg is, werkt de metafoor van gerechten versus ingrediënten.

Je moet bekijken of de interventies op het niveau van gerechten zit (vb. product lancering, event marketing, sponsorfinding, marketingcampagne) of op het niveau van ingrediënt (vb. doelgroep in kaart brengen, contentkalender maken, draaiboek maken). De mogelijke interventies kunnen samenhangend zijn of losstaand.

Vragen waar je aan kunt denken:

1. Welk vraagstuk heb je geïdentificeerd?
2. Welke mogelijke interventies kunnen het vraagstuk oplossen?

Een aantal jaar geleden heeft Excelsior een stap gemaakt om een fanshop in de vorm van een container op het fan-plein neer te zetten. Dit heeft de omzet van de merchandise van de club een flinke boost gegeven, maar Excelsior zou graag een volgende stap in dit proces willen maken.

Daarom is aan mij de vraag gesteld: “Hoe kunnen we de omzet van Excelsior-merchandise vergroten”? Mijn onderzoeksvraag is dus geworden: Hoe kan ik de omzet van Excelsior merchandise laten stijgen?

Ik vind dat mijn interventie op het niveau van een gerecht zit, ik ga er namelijk voor zorgen dat er een marktontwikkeling wordt toegepast en dat er kansen richting een nog niet benutte doelgroep worden benut.

Om dit gerecht te kunnen maken heb ik natuurlijk bepaalde ingrediënten nodig. Zo ga ik allereerst de bestaande merchandise-doelgroepen in kaart brengen, de nieuwe doelgroep uitwerken, een klein draaiboek maken richting het test- en eindevent. Al de interventies die te maken hebben met de

Mogelijke interventies om dit vraagstuk te beantwoorden zijn:

- Een nieuwe doelgroep creëren
- Een nieuwe product ontwikkelen en uitbrengen
- Event rondom merchandise organiseren.
- Marketingcampagne rondom merchandise

Middelen om deze interventies tot een succes uit te laten monden zijn:

- Huidige doelgroep(en) in kaart brengen
- Onderzoek
- Testfase, eindfase

Om marktontwikkeling toe te passen

Stap 1: bestaande doelgroepen in kaart brengen

stap 2: onderzoek doen naar merchandise

Stap 3: nieuwe doelgroep creëren

Stap 4: onderzoek doen bij sportclub

Stap 5: uitvoeren van testevent

Stap 6: analyseren van gegevens

Stap 7: maken draaiboek eindevent

Stap 8: uitvoeren eindevent

Stap 9: analyse eindevent

Stap 10: vervolg advies

2 COMMERCIELE