

LLO Waarde Creëren – The Finals / Regio-Voetbal

Binnen The Finals hebben wij gewerkt aan een challenge van Regio-Voetbal. Nadat wij binnen de eerste fase van het project het reframed problem hadden opgesteld, zijn wij gaan onderzoeken hoe wij daadwerkelijk meer waarde konden creëren voor de doelgroep van Regio-Voetbal. Het doel binnen deze fase was om oplossingen te ontwikkelen die meer waarde toevoegen aan het STIP-abonnement.

Om tot een passende oplossing te komen hebben wij gebruikgemaakt van verschillende onderzoeksmethoden. Binnen deze fase hebben wij gewerkt met brainstormsessies, interviews, deskresearch, best practices, testen met de doelgroep en prototypes. Vanuit de Double Diamond-methodiek stond vooral de ideatefase centraal, waarin wij verschillende ideeën hebben verzameld en uitgewerkt.

Waarde creëren

Nadat het reframed problem was vastgesteld zijn wij gestart met het verzamelen van mogelijke oplossingen. Hiervoor hebben wij gekeken naar succesvolle voorbeelden van andere organisaties, gesprekken gevoerd met medewerkers van Regio-Voetbal en onderzocht welke oplossingen aansluiten bij de behoeften van de doelgroep.

Een belangrijk onderdeel binnen deze fase was het onderzoeken van best practices. Binnen dit onderdeel lag mijn grootste persoonlijke bijdrage. Ik heb onderzocht hoe andere organisaties extra waarde toevoegen aan abonnementen, lidmaatschappen en communities.

Een van de belangrijkste best practices die wij hebben onderzocht was de samenwerking tussen voetbalvereniging SV Kampong en DAKA Sportswear. Uit deze case bleek dat leden van SV Kampong korting krijgen op sportartikelen bij DAKA (zie bijlage 12). Hierdoor ontstaat waarde voor zowel de leden als DAKA zelf. Deze best practice liet zien dat lokale samenwerkingen effectief kunnen bijdragen aan de waarde van een abonnement.

Daarnaast hebben wij onderzocht hoe winacties kunnen bijdragen aan de aantrekkelijkheid van een abonnement. Hiervoor hebben wij gekeken naar voorbeelden van de VriendenLoterij en de KNVB Voetbalkampen. Uit deze voorbeelden bleek dat extra voordelen en exclusieve acties bijdragen aan meer betrokkenheid. Deze inzichten sloten goed aan bij Regio-Voetbal, omdat betrokkenheid een belangrijke rol speelt binnen amateurvoetbal.

Naast het onderzoeken van best practices hebben wij brainstormsessies gehouden met medewerkers van Regio-Voetbal. Tijdens deze sessies hebben wij verschillende ideeën besproken, zoals advertentievrij lezen, lokale partnerkortingen, winacties en communityvorming. Uit deze brainstorm kwam uiteindelijk naar voren dat vooral advertentievrij lezen en partnerkortingen veel potentie hebben als uitbreiding van het STIP-abonnement. Ook werd besproken dat een combinatie van meerdere voordelen waarschijnlijk beter werkt dan één losse oplossing.

Conceptontwikkeling

Op basis van alle inzichten uit de onderzoeken en brainstormsessies hebben wij een concept ontwikkeld dat later de naam STIP+ kreeg. Dit concept was een uitbreiding op het bestaande STIP-abonnement.

Het eerste onderdeel van het concept bestond uit een samenwerking met lokale bedrijven. Hierbij konden STIP-abonnees gebruikmaken van exclusieve kortingen bij partners zoals DAKA

Sportswear. Deze samenwerking was gebaseerd op de best practice van SV Kampong en DAKA (zie bijlage 12). Door deze samenwerking ontstaat er niet alleen voordeel voor de abonnee, maar ook voor het lokale bedrijf en Regio-Voetbal zelf.

Het tweede onderdeel van het concept was een advertentievrije ervaring voor abonnees. Uit de enquête onder gebruikers bleek namelijk dat advertenties als storend worden ervaren, zelfs door betalende abonnees (zie bijlage 9). Door het betaalde abonnement advertentievrij te maken ontstaat er een duidelijk verschil tussen gratis gebruikers en betalende gebruikers. Hierdoor wordt de waarde van het abonnement beter zichtbaar gemaakt.

Het derde onderdeel van het concept bestond uit winacties via social media. Hierbij konden gebruikers bijvoorbeeld voetbalshirts, kortingsacties of kaartjes winnen. Door deze winacties ontstaat meer interactie op social media en wordt tegelijkertijd het bereik van Regio-Voetbal vergroot. Hiervoor zijn verschillende mock-ups ontwikkeld.

Beoogde waarde

Met het concept STIP+ wilden wij meer waarde creëren voor zowel de gebruiker als Regio-Voetbal zelf. Door extra voordelen toe te voegen aan het abonnement, zoals partnerkortingen, winacties en advertentievrij lezen, wordt het abonnement aantrekkelijker voor zowel bestaande als nieuwe gebruikers.

Daarnaast zorgt het concept voor meer betrokkenheid rondom het platform en ontstaat er extra commerciële waarde voor Regio-Voetbal en samenwerkende lokale bedrijven. Samenwerkingen met partners zoals DAKA zorgen voor voordelen voor zowel abonnees als lokale bedrijven.

Het concept sluit hierdoor aan bij de wensen van de doelgroep en draagt tegelijkertijd bij aan de toekomstbestendigheid van Regio-Voetbal.

Testen en feedback

Nadat wij het concept hadden ontwikkeld hebben wij verschillende onderdelen getest onder voetballiefhebbers uit de regio en medewerkers van Regio-Voetbal. Hiervoor hebben wij mock-ups en concepten voorgelegd aan de doelgroep. Het doel van deze testen was om te onderzoeken of de oplossingen daadwerkelijk als waardevol werden ervaren en of deze aansluiten bij de wensen van gebruikers.

Stakeholders

Binnen deze fase hebben wij verschillende stakeholders betrokken bij het proces. De belangrijkste stakeholder was Regio-Voetbal zelf, voornamelijk via Rick den Besten en medewerkers van het platform. Door regelmatig feedbackmomenten te houden konden wij controleren of onze ideeën haalbaar en passend waren voor de organisatie.

Daarnaast hebben wij de doelgroep actief betrokken tijdens enquêtes, testmomenten en feedbacksessies. Hierdoor konden wij onderzoeken of de oplossingen daadwerkelijk aansluiten bij de wensen van gebruikers. Ook lokale bedrijven speelden een rol binnen deze fase, omdat samenwerkingen met partners zoals DAKA onderdeel werden van het concept. Hierdoor ontstond ook commerciële waarde voor Regio-Voetbal en partners.

Eigen bijdrage

Binnen LLO Waarde Creëren lag mijn grootste bijdrage bij het onderzoeken van best practices en voorbeelden van andere organisaties. Hierbij heb ik onderzocht hoe verenigingen,

sportplatformen en andere organisaties extra waarde toevoegen aan abonnementen en lidmaatschappen.

Zo heb ik onderzoek gedaan naar de samenwerking tussen SV Kampong en DAKA Sportswear (zie bijlage 12), winacties van de KNVB en de VriendenLoterij en onderzoeken rondom kortingsacties en lokale samenwerkingen. Vanuit deze onderzoeken heb ik inzichten verzameld die uiteindelijk zijn gebruikt binnen ons concept voor Regio-Voetbal.

Daarnaast heb ik meegedacht tijdens brainstormsessies en de ontwikkeling van het uiteindelijke concept. Hoewel veel onderdelen gezamenlijk zijn uitgevoerd, heb ik vooral een actieve rol gehad binnen het verzamelen van inspiratie, voorbeelden en inzichten die hielpen bij het creëren van extra waarde voor het STIP-abonnement.