

FASE I: STRATEGIE & ALLIANTIES

STRATEGIE

Het realiseren van een experience ziet Spinner & Langkous als een middel; een creatieve invulling van de (marcom)strategie van de organisatie. Om de goede vorm en inhoud van de experience te kunnen bepalen, moet Spinner en Langkous de (marcom)strategie van de organisatie door en doorgronden. Vaak helpen we tijdens dit 'inleestraject' met het aanscherpen van de (marcom)strategie of doen we een review op bestaande plannen. We hebben daar de volgende diensten voor ontwikkeld:

1. Second opinion
Feedback op bestaande (marcom)strategie
2. Sparring op strategie
Een of meerdere gesprekken voor (marcom)strategieontwikkeling
3. Brainstorm Deep Dive
Faciliteren van een brainstorm (minimaal 2 uur) om te komen tot een concretisering van de (marcom) strategie
4. Strategieontwikkeling
Vervaardigen van de (marcom) strategie

ALLIANTIES

Spinner & Langkous focust zich op maatschappelijk thema's: onderwijs, klimaat, natuur, identiteit, diversiteit, overgewicht, schuldenproblematiek en zo meer. Dit zijn stuk voor stuk thema's die niet van één organisatie 'zijn'. Om 'beleid van het papier' te krijgen is een lange adem en samenwerken met andere organisaties noodzakelijk. Spinner & Langkous helpt organisaties met het smeden van allianties en strategische relatienetwerken, om het nemen van een (eerste) gezamenlijke stap mogelijk te maken. We leveren onder meer de volgende producten:

1. Strategisch Relatiemanagement / Alliantiescan: welke andere organisaties passen goed bij de waarden en doelstellingen van uw organisatie. Waar liggen de kansen voor een gezamenlijke aanpak? Spinner & Langkous doet een scan binnen en buiten uw organisatie en komt met een shortlist van mogelijke samenwerkingspartners.
2. Creatieve Alliantievorming: hoe maak je met een veel stakeholders een concrete eerste stap? Hoe kom je tot een concreet project waar alle partijen hun belangen en doelstellingen in herkennen? Spinner & Langkous heeft ruime ervaring met deze processen en neemt het voortouw bij het inrichten van het proces en het komen tot een gezamenlijke gedragen experience.
3. Netwerkactivatie: hoe activeer je reeds aanwezig en gewenst netwerk? Spinner & Langkous ontwikkelt of activeert netwerken rond thema's en organisaties.

FASE 2: EXPERIENCE ONTWERP

Het hart van Spinner & Langkous wordt gevormd door het ontwerpen van experiences. Wij verstaan onder Experience Ontwerp: het vertalen van strategie naar een tastbaar en prikkelend kernidee, waardoor mensen worden geboeid en geraakt; een ervaring hebben die ze zich lange tijd herinneren en doorvertellen. Het ontwikkelen van een experience gaat bij Spinner & Langkous in drie deelfases en altijd in woord en beeld.

DEELFASE I: SCHETSONTWERP (SO)

We starten de schetsfase met het doen van research, toetsen van de geformuleerde doelstellingen en opdoen van inspiratie. Dat vertaalt zich in de volgende activiteiten:

1. Het tot ons nemen van de aanwezige kerndocumentatie;
2. Het voeren van een aantal gesprekken met de opdrachtgever, maar ook met relevante stakeholders. Deze externe gesprekken doen we vaak met de opdrachtgever.
3. Het bezoeken van inspirerende locaties en organisaties. Vaak vragen we of de opdrachtgever mee wil; om kennis en netwerk te vergroten en de eerste ideeën die ontstaan te toetsen.
4. Vaak gaan we zelf ook het 'veld' in en doen kort kwalitatief (en wanneer mogelijk kwantitatief) onderzoek

De verkregen informatie slaat neer in het SO dat bij Spinner & Langkous bestaat uit drie deelproducten:

1. We schrijven 1 A4 waar het centrale idee & doelstelling wordt beschreven.
 2. We maken schetsen van het centrale idee en visuele stijl. Hoe ziet het er ongeveer uit?
 3. We maken een beknopte presentatie met hoe het concept klopt met de strategie en waarden van de organisatie, doen een grove benchmark en leveren een grove prijsindicatie aan.
- Na een akkoord op het SO gaan we de volgende fase (Voorlopig Ontwerp) in.

DEELFASE II: VOORLOPIG ONTWERP (VO)

In deze fase richten we ons op het verkrijgen van feedback binnen en buiten de organisatie. We doen (markt)onderzoek, passen de schetsen aan, scherpen de strategie daar waar nodig aan, brainstormen met stakeholders en maken een doorkijk

naar de realisatie en activatie. Wat is er nodig om de experience succesvol te laten zijn?
Dit alles slaat neer in het VO dat bij ons bestaat uit twee deelproducten:

1. Een verder uitgewerkt ontwerp waarin de interne en externe feedback is verwerkt. Tevens bevat het VO ook een duidelijke visuele stijl van de experience op basis waarvan ook de verdere marketing communicatiemiddelen kunnen worden ontwikkeld.
2. Een onderliggend plan hoe de experience kan worden gebouwd en ingezet. Dit zijn de contouren van het plan van aanpak en het marketing & communicatieplan.

Na een akkoord op het VO gaan we de volgende fase (Definitief Ontwerp) in.

DEELFASE III: DEFINITIEF ONTWERP (DO)

In deze fase richten we ons op het finetunen van het ontwerp en de bijbehorende begroting. We realiseren in deze fase ook het definitieve plan van aanpak om de experience te vervaardigen (inclusief desgewenst het marketing communicatieplan). Optioneel is om testen uit te laten voeren onder de relevante doelgroep. Het DO bestaat bij ons uit één product:

1. Het volledig uitgewerkt ontwerp, waarmee Spinner & Langkous (of desgewenst een derde partij) de uitvoeringsfase kan ingaan.

FASE 3: REALISATIE & ACTIVATIE

Spinner & Langkous weet als geen ander dat een goed idee en een slim concept nog weinig waard zijn, totdat het idee is gerealiseerd en geactiveerd. Spinner & Langkous draagt zorg voor nauwkeurige realisatie en impactvolle activatie. In deze fase werken we – onder de vlag van Spinner & Langkous – samen met een aantal partijen die de benodigde kennis en ervaring hebben.

REALISATIE

We hebben een groot netwerk van timmermannen tot webbouwers. Zij maken iedere experience die we ontwerpen waar en brengen het luchtkasteel naar de grond. Of het nu een digitale game, een festival of een tentoonstelling betreft, de uitvoering moet vlekkeloos, betrouwbaar en binnen budget geschieden. Spinner & Langkous neemt graag het hele realisatietraject op zich. Wanneer de opdrachtgever het prettiger vindt om zelf de realisatie (of gedeelten daarvan) te doen, is dat uiteraard ook mogelijk.

ACTIVATIE

Niet iedere experience is voor iedereen. Vaak moet er gericht getarget en geactiveerd worden. We weten goed – vaak vanwege de betrokkenheid in de strategiefase – hoe we de juiste doelgroep moeten bereiken (en indien nodig moeten bepalen). En hoewel iedere experience vraagt om een andersoortige activatie, zijn wij ervan overtuigd dat experiences met maatschappelijke impact vaak zichzelf kunnen 'vermarkten'. Door een slimme persbenadering, vaak gecombineerd met de inzet van influencers, zetten wij primair in op free en earned publicity. Uiteraard flankeren we deze aanpak vaak met (social)media-inkoop.