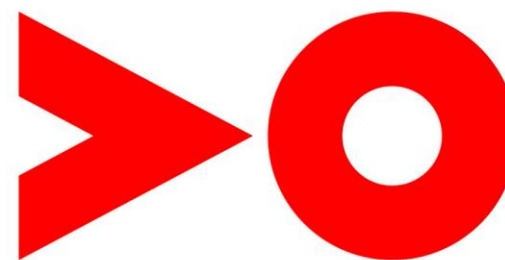




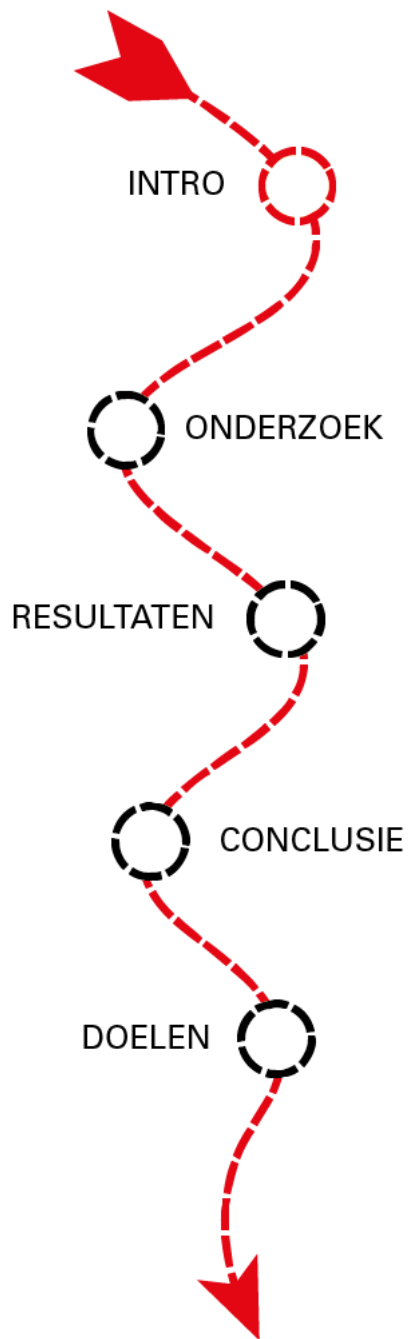
partout



**BRAINPORT
EINDHOVEN**

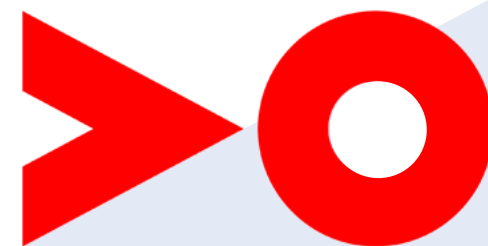
Noah van Schijndel & Stef van der Burgt

FONTYS HOGESCHOLEN ICT & MEDIA DESIGN



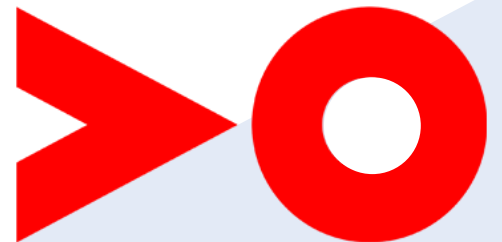
Intro

- Doelstelling
- Onderzoeken
- Inzichten
- Conclusies
- Doelen



Doelstelling

- Brainport Eindhoven is een technologieregio waarin bedrijven, overheden en onderwijsinstellingen samenwerken aan een mooiere toekomst.
- Want samenwerken zit in onze natuur.
- Creëer bekendheid Brainport Eindhoven
- Via een innovatieve en interactieve manier een oplossing bedenken
- Doel: Ambassadeurs creëren



Onderzoek

Deskresearch
(biblionderzoek)

Vergelijkend
onderzoek
(vergelijk initiatief)

Exploratief
onderzoek
(doelgroep)

Kwalitatief
onderzoek
(interviews)

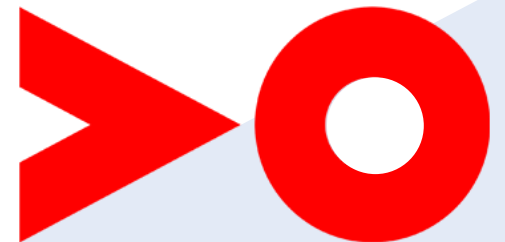
INTRO

ONDERZOEK

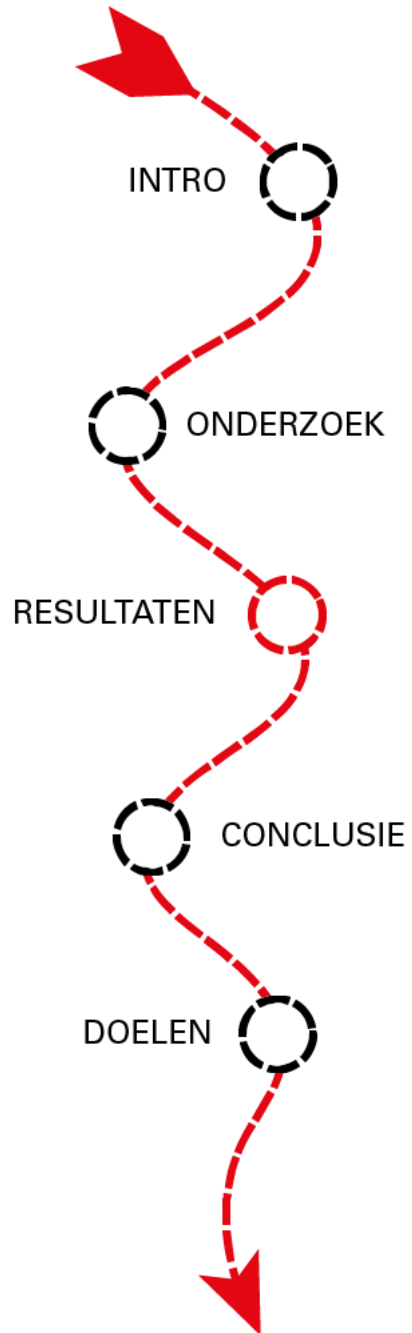
RESULTATEN

CONCLUSIE

DOELEN



Resultaten – Exploratief onderzoek



Peter Versteeg
27, Eindhoven
CEO - Startup

Skills

- Prototyping
- Interviewing
- Public Speaking
- UX Design
- Coding

BIO

Peter recently started a new company in tech. He moved over from the big tech world and is still getting used to all the changes, particularly the paperwork. He's excited to publish his company and get a hold in the stock market.

Outside of the office He's a sports-mad design grad. He enjoys reading UX blogs and will sometimes go to UX-related conferences if they're nearby. He's also tuned into design channels like Dribbble.

“I want to grow my company and make an impact in the world.”

Talents

- Overseeing builds
- Team management
- Designing features
- Meetings
- User testing

Motivations

Motivation	Level
IMPACT	Low
TEAMWORK	Medium
PROMOTION	Low
USER NEEDS	Medium

Goals

- Introduce user-focused mentality and methods into traditional company landscape
- Grow the team
- Grow the company

Frustrations

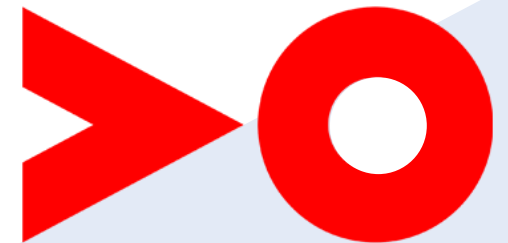
- Commuting
- Employees who come in late
- Communicating necessity for change to development team

Influences

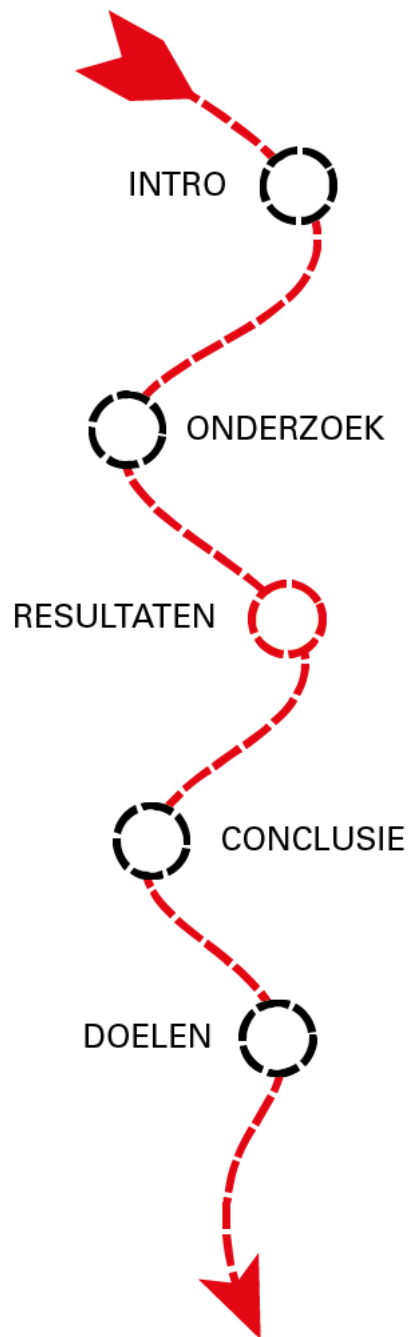
- CREDIBILITY
- COLLEAGUES
- TECHNOLOGY
- BLOGS / FORUMS
- PSYCHOLOGY
- UI TRENDS

Frequently used apps

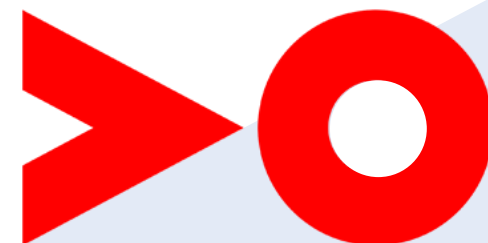
- asana
- Google Calendar
- Twitter



Resultaten – Kwalitatief onderzoek

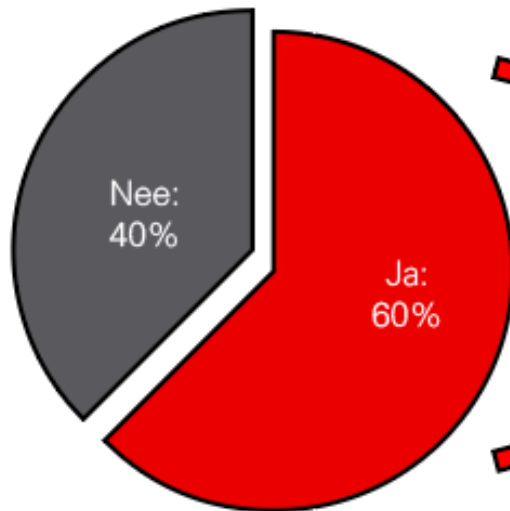


	1	2	3	4
Kent u Brainport? zo ja, hoe bent u het te weten gekomen	Nee	Ja, ik was bij de oprichting	Vaag van gehoord want ik werk in Eindhoven	Nee, ik kom ook niet uit Eindhoven
Wat vindt u van Brainport	Goed initiatief	Goed, wij zijn de slimste	Goed initiatief	Het idee is leuk
Zou u er meer over willen weten	Ja	Ik volg ze al	Nee, social media post zijn al genoeg	Nee
Kent u Silicon Valley zo ja, hoe?	Ja, Ik werk in de tech sector	Ja, door mijn werk	Ja, via het nieuws	Ja, social media
Hoe kunnen we Brainport verbeteren	Actiever zijn op social media	Betere verbinding tussen Amsterdam en Eindhoven en meer samen werken tussen bedrijven en scholen		Geen idee, ik ben er ook niet in geïnteresseerd

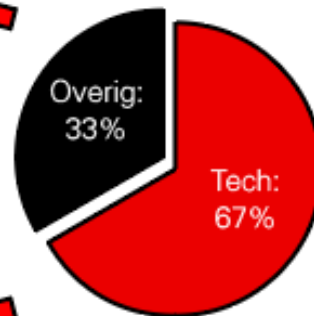


Conclusie

Mensen die meer over
Brainport Eindhoven willen weten:

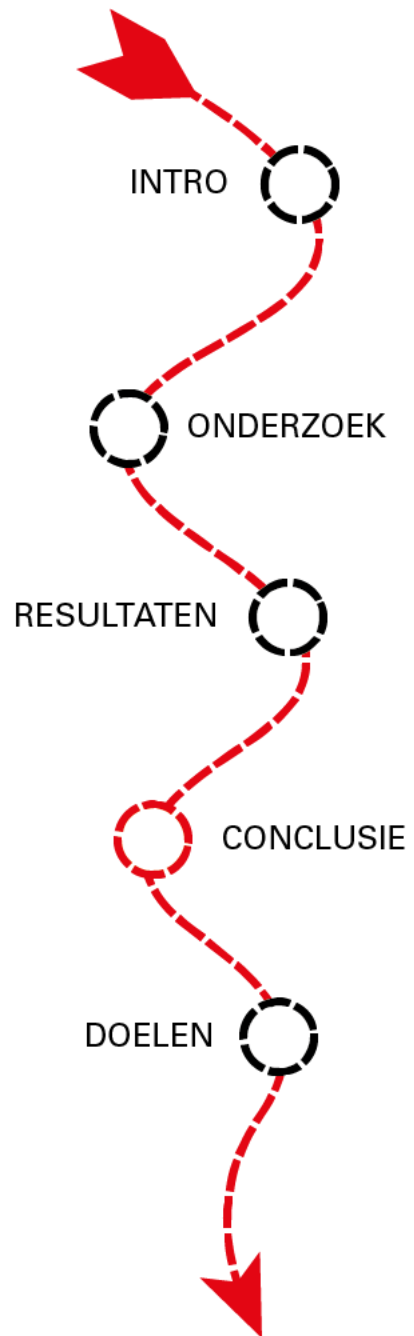
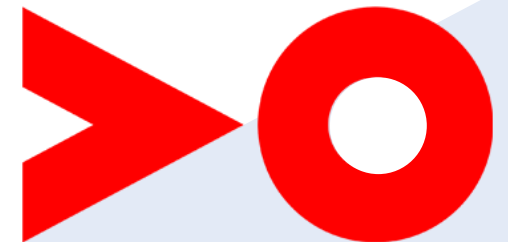


Mensen die daarvan in een tech
gericht bedrijf werken:



=

Om volgers van
Brainport Eindhoven
te creëren moet er op
een specifiekere
doelgroep gefocust te
worden.



Doelen

We moeten de brand verder voortbrengen en duidelijk maken

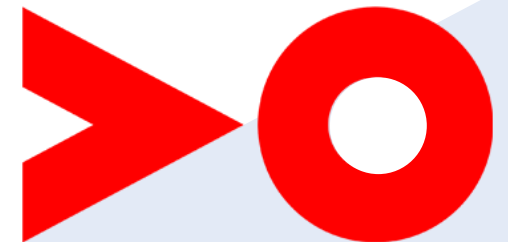
We moeten Tech personen aansturen om ambassadeurs te worden

We moeten ervoor zorgen dat de innovaties beter in de media worden getoond

We moeten ervoor zorgen dat Nederland bekend wordt met Brainport

We moeten ervoor zorgen dat Brianport een wereldspeler wordt

Hoe kunnen we Brainport meer social media 'presence' geven?



Reclames

Sponsoren

Know your userbase

Beursen

Out of the box
marketing

Ambassadeurs

Direct Targeting

Partnerships

Events

Campagnes

Studiebeurzen

