

## Briefing voor ontwikkeling animatie ID-Bellen & ID-Contact

### Doel

- Informeren potentiële gebruikers en andere belanghebbenden/belangstellenden (in- & extern)
- Promoten innovatieve ambities en ontwikkelingen gemeentelijke dienstverlening (imago/reputatie)

### Voorgestelde context animatie

- Vanuit het perspectief van een inwoner/klant en aan de hand van een toptak klantreis duiden wanneer ID-Bellen/Contact van toepassing en van meerwaarde is.
- Focus op proces, contactmomenten, de ervaring en de meerwaarde.

### Voorgestelde rode draad animatie

- Een inwoner is zich bewust van een behoefte: verhuizing doorgeven. De inwoner oriënteert zich op de website, bezoekt de productpagina Verhuizen.
  - Case 1) De inwoner ontdekt het daarop vermelde telefoonnummer van de gemeentebalie en belt op, waarna er een aantal identiteit-controle vragen worden gesteld. Dit is onvoldoende en dus alsnog naar balie voor authenticatie. De inwoner is boos en ontevreden.
  - Case 2) De inwoner ziet ID-Bellen QR-code en scant deze met IRMA app. De inwoner doorloopt op de smartphone de authenticatiestappen en belt dan de gemeentebalie. Identiteit is door ID-bellen bij de gemeentebalie meteen vastgesteld en het rijbewijs wordt telefonisch verlengd. De inwoner is blij en tevreden. De gemeente is ook blij en tevreden.
- En daarom kijkt de gemeente verder dan alleen de identiteit vaststellen via de telefoon. Het zou mooi zijn als dit straks via alle gemeentekanalen mogelijk is! Het bezoekje aan de gemeentebalie mag, maar is dan niet meer noodzakelijk.
- *[onder voorbehoud]* ID-Bellen en ID-Contact payoff + voor meer informatie bezoekt u [www.idbellen.nl](http://www.idbellen.nl).

### Karakter ID-Bellen/-Contact

- Informeel zakelijk (u); laagdrempelig, begrijpelijk en direct, zonder poespas.
- Strak vormgegeven, gebruikte beeld en de stijl mogen niet afleiden van het proces. Dus beperkt in details, neutraal en sober.
- De gebruiker als persoon (inwoner/klant) en emotie zijn herkenbaar (gender en andere kenmerken onbelangrijk).

- Voorwerpen (rijbewijs, telefoon, laptop, app e.d.) en locaties (thuis, balie e.d.) zijn herkenbaar.
- Huisstijlneutraal; ook ID-Bellen/-Contact geen huisstijl, maar neutraal.
- Symboliek is prima, mits algemeen herkenbaar en niet kwetsend.
- Tekst, grafisch en beeld, ondersteund door voice-over (B1-taalniveau).
- Geen muziek, terughoudend in geluidseffects.
- Animatie is ondertiteld (B1-taalniveau)

## Duur

- Max. 60 seconden.

## Investering

- Wij zien graag uw offerte tegemoet

## Ontwikkeltijd

- Gewenste oplevering (+ dump) uiterlijk week 35, 2020
- Wij zien graag uw planningsvoorstel tegemoet

## Wat levert opdrachtgever aan?

- Script
- Personages
- Gewenste communicatiekenmerken
- Verder in overleg met bureau.

## Contact/Aanspreekpunt

- [REDACTED]
- Gedurende vakantie [REDACTED]