



# WELKOM!

---

Roos van der Linden, Romy van Dongen, Lennart Kimmel  
& Lilian Kempees



# INHOUD

- Wie zijn wij?
- Briefing
- Eerste inzichten
- Creatieve sessie I
  - Research
  - Inzichten
- Creatieve sessie II
- Mogelijke concepten
- Vervolgstappen

# WIE ZIJN WIJ?

## INNOVATIEF

Crinpo is innovatief. We denken out of the box en willen verder gaan dan stappen die al eerder zijn gezet of voor de hand liggen.



## CREATIEF

Wij zijn allemaal creatief en brengen allemaal onze kwaliteiten mee vanuit onze opleidingen. Onze specialisaties vormen samen een creatief web.

## POSITIEF

Ons team staat voor positiviteit, dat is terug te zien in de samenwerking en in onze resultaten. We streven naar het beste.

## IN HET KORT

Creatief, innovatief en positief. Een gemotiveerd team dat enthousiast is om complexe vraagstukken om te vormen tot vernieuwende eindresultaten. Zo ook deze opdracht.

# BRIEFING

Iedereen heeft eigen inzichten uit opdrachtomschrijving gehaald en hier kort onderzoek naar gedaan

## Romy

Concrete debrief incl.  
mogelijke deelvragen

## Roos

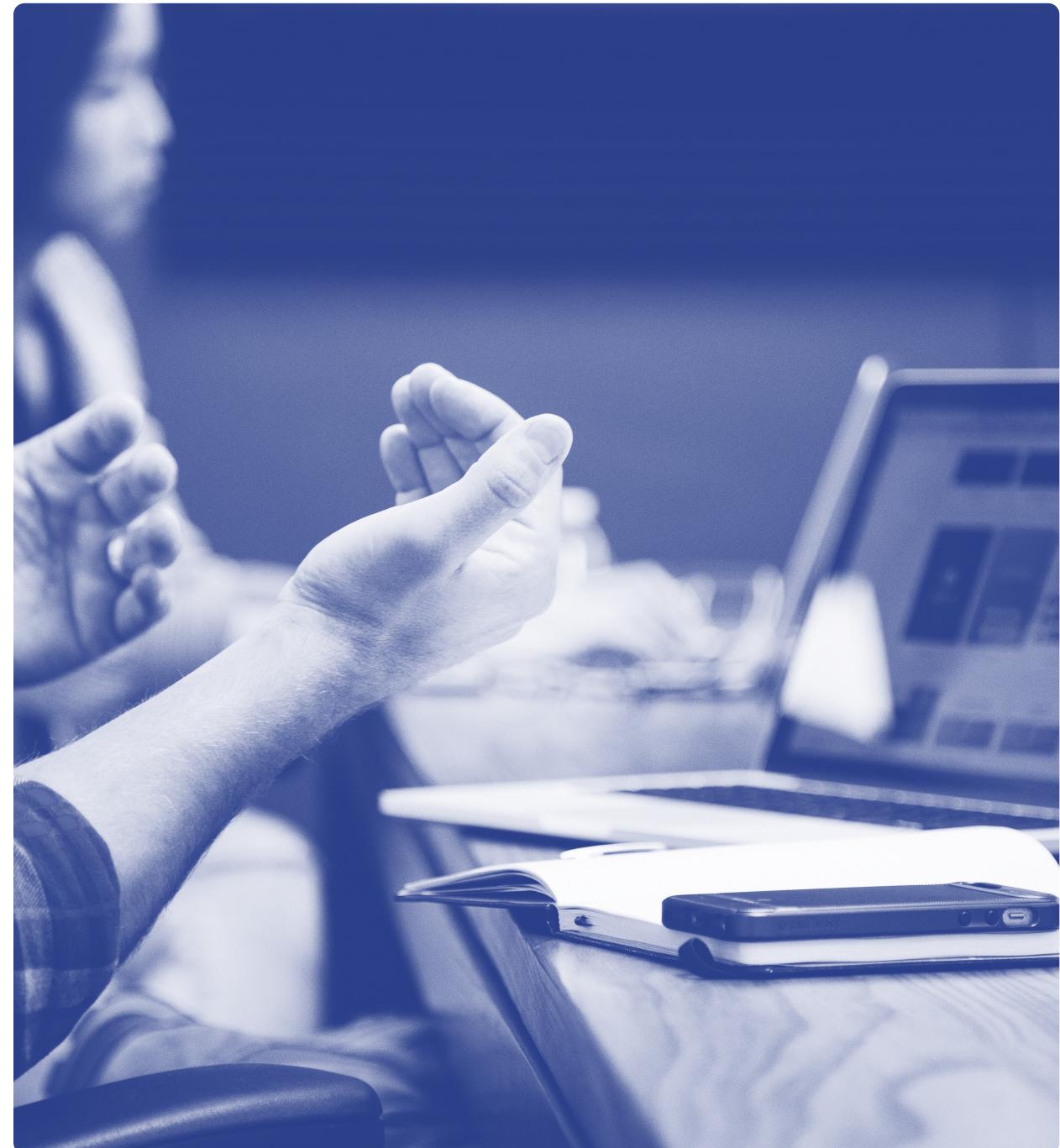
Gedragsverandering + reclame

## Lilian

Demografische verschillen  
tussen wijken

## Lennart

Zelfmanagement van de  
lokale doelgroep



# EERSTE INZICHTEN

Groot verschil in etniciteiten in Rotterdamse wijken

**85%**

van de inwoners in de Afrikaanderwijk heeft een migratieachtergrond

**55%**

van de inwoners in Katendrecht heeft een migratieachtergrond

Diverse campagnes zijn al gevoerd, zoals Eetwissel.

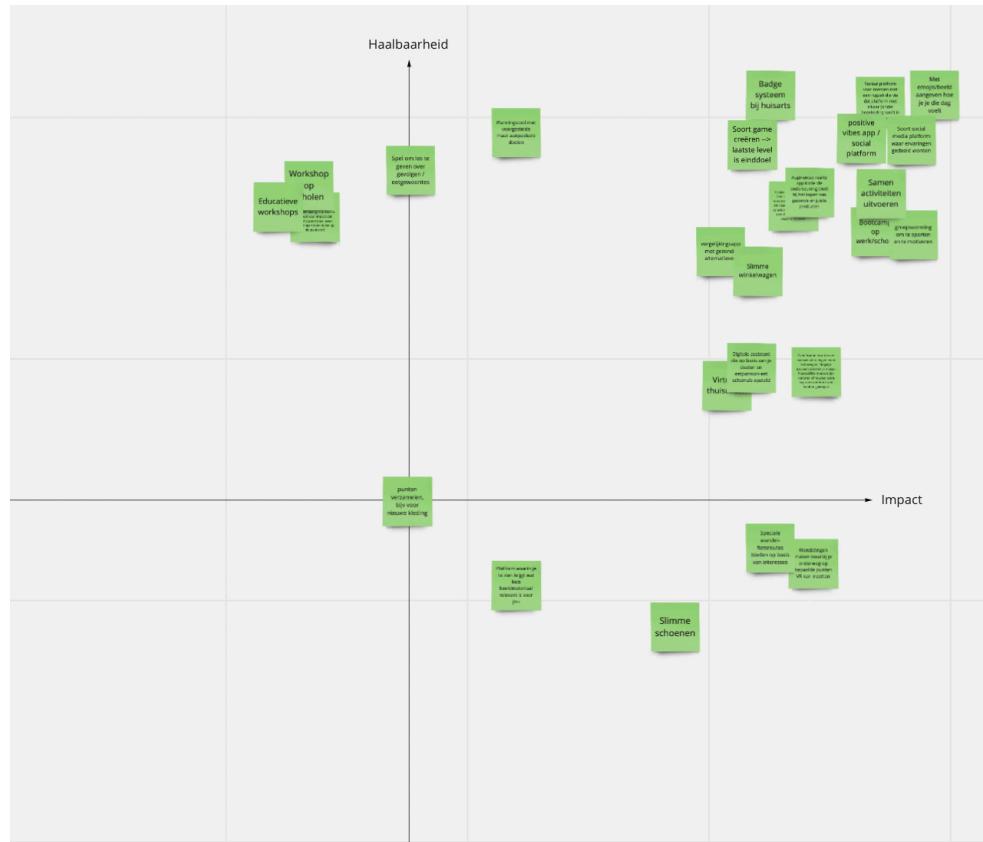
Een tool die helpt om een bewustere keuze te maken tussen bijvoorbeeld twee tussendoortjes

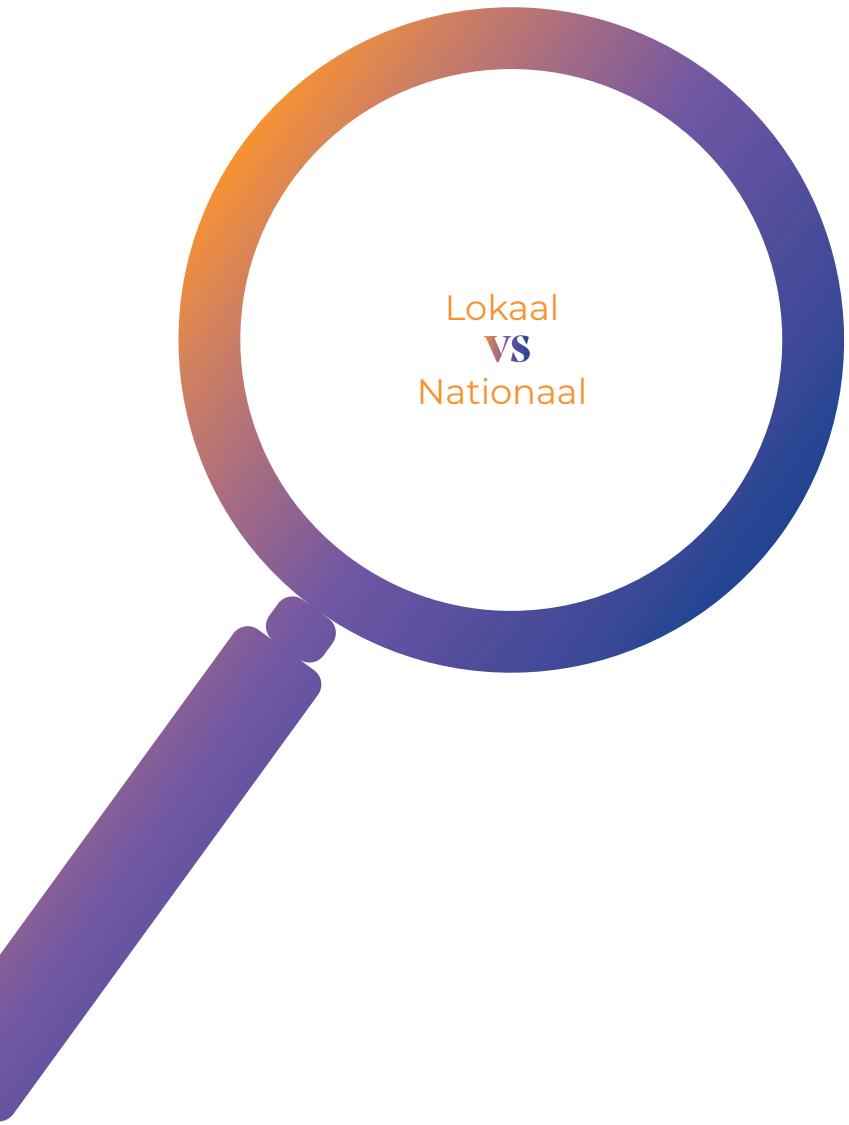


Werken met (tussen)doelen, gerichte feedback en monitoring helpt om gedrag te veranderen

# CREATIEVE SESSIE I

- Zonder onderzoek, neutraal in de sessie stappen
  - Out of the box denken
  - Elkaars denkwijze leren kennen
  - Communicatie & CMGT jargon
  - Miro
- Associaties onderwerpen en haalbaarheid/impact meten





# RESEARCH



# INZICHTEN

Katendrecht  
**18%**  
Afrikaanderwijk  
**24%**  
hoger percentage obesitas dan  
landelijk gemiddelde  
**14,9%**

Rotterdam: na Amsterdam  
meeste fastfood restaurants van  
Nederland

Balans herstellen  
**Rotterdam wil minder fastfoodzaken:  
'Hamburger makkelijker te krijgen dan  
appel'**

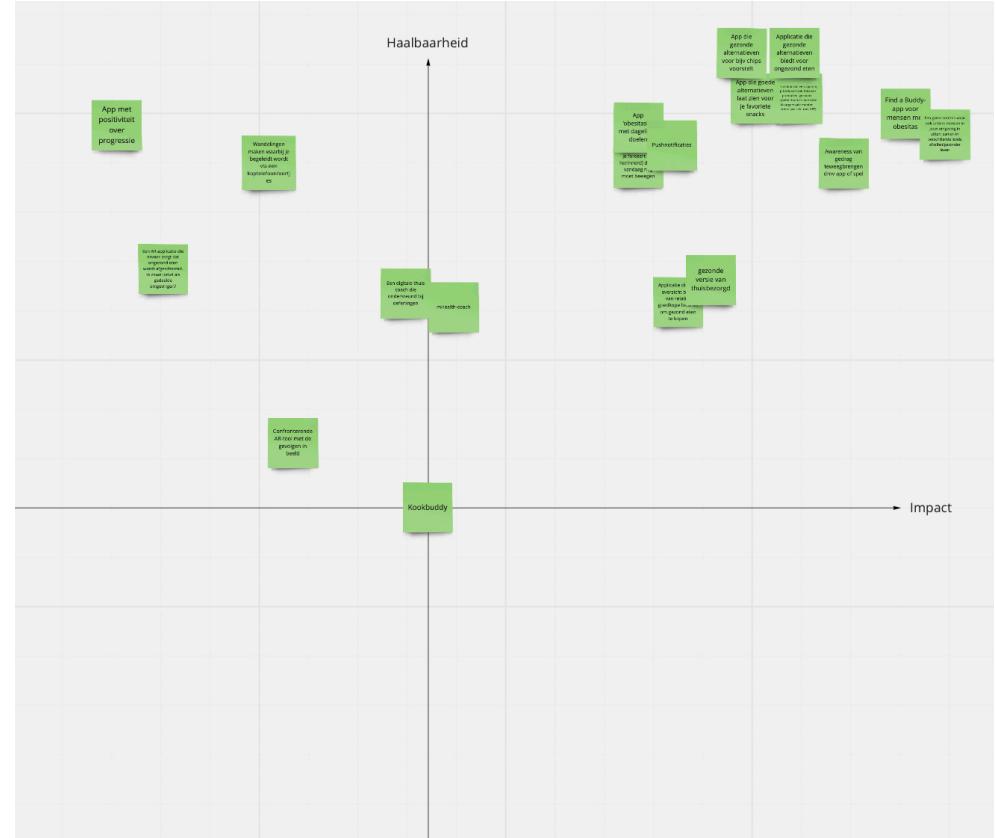


Huidige apps spelen niet  
genoeg in op  
**gedragsverandering**

A photograph showing a woman with long brown hair and glasses, wearing a white t-shirt, standing in front of a wall covered with numerous yellow sticky notes arranged in a grid pattern. She is pointing her right index finger towards the notes. In the foreground, the back of another person's head and shoulders are visible, looking towards the wall. On the desk in front of them are laptops, notebooks, and other office supplies.

# CREATIEVE SESSIE II

- Andere kijk op het onderwerp
- Bekend met de werkwijze van creatieve sessie
- Opnieuw associaties onderwerpen en haalbaarheid/ impact meten



# MOGELIJKE CONCEPTEN

1

## APP OBESITASKS

Overkoepelend doel van de app is  
inspelen op emotionele,  
psychische en fysieke aspecten die  
motiveren om gedrag te  
veranderen, maar dit nieuwe  
patroon ook vast te houden.

2

## BODY BUDDY

Een samenvattende naam voor  
verschillende accessoires die op basis  
van jouw voorkeur gekozen kan  
worden om te gebruiken bij de strijd  
tegen obesitas.

3

## DIGITALE THUISCOACH

Een augmented reality toepassing  
waarmee je thuis een digitale coach in  
huis neemt die je helpt met sporten,  
maar ook met koken. Op je telefoon of  
als hologram in de woonkamer, het is  
een coach die de indruk geeft van een  
echt persoon dat jou graag wil helpen  
om verandering aan te brengen in je  
leefstijl. Net als je huisarts, alleen krijg  
je nu de hulp 24/7.



# VERVOLGSTAPPEN

- Human-Centered Business Model
  - Empathy Map Canvas
  - Concept validatie
- Doelgroep segmentatie
- Doorontwikkelen concept
  - Value proposition



**VRAGEN?**