



Projectdocument

Martijn Koch

////////////////////
V1.3: 7 oktober 2019

Titel

////////////////////////////////////

Projectdocument stageopdracht

Auteur

////////////////////////////////////

Martijn Koch

Studentnummer

////////////////////////////////////

2833816

Naam begeleider

////////////////////////////////////

Tim Deynen

Periode

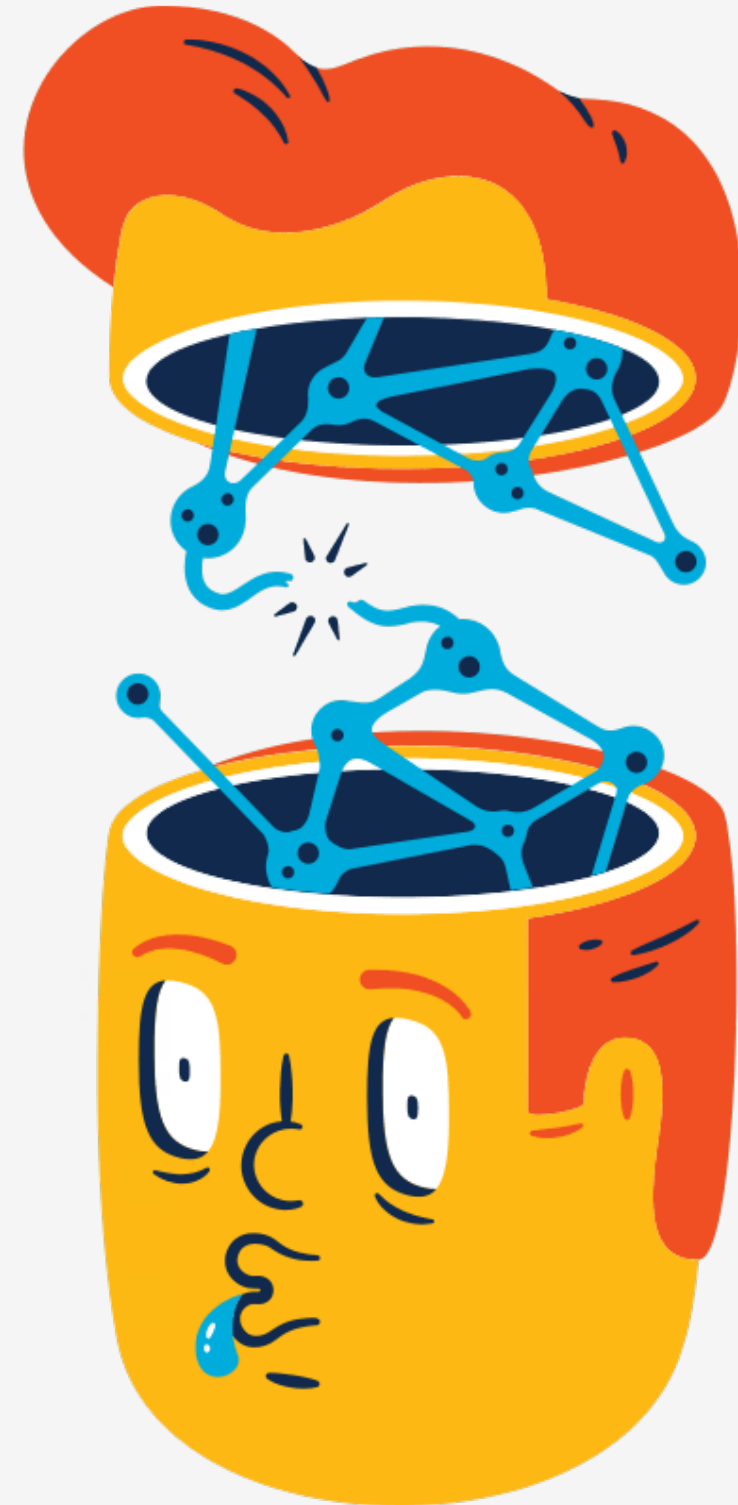
////////////////////////////////////

02-09-2019 / 14-01-2020

Versie

////////////////////////////////////

1.1



1.0 Het Bedrijf

////////////////////////////////////

1.1 Over het bedrijf

In 2005 begonnen Frank Sanders en Marijn Maas met Greenhouse Group, nadat zij hun telecombedrijf Typhone hadden verkocht. Ze begonnen een nieuw bedrijf, dat online full service mogelijkheden kan bieden aan klanten in vooral de B2C sector. In de loop der jaren heeft Greenhouse een grote klantenkring opgebouwd. Enkele klanten van Greenhouse zijn: Vodafone, Staatsloterij, Kruidvat, Porsche en Eneco.

Greenhouse heeft verschillende afdelingen binnen de organisatie, die elk hun eigen kwaliteiten bezitten. De kernwaarde van Greenhouse zijn: Innovation, Dedication en Fun. Greenhouse is gehuisvest in het oude hoofdkantoor van Philips: De Admirant in het centrum van Eindhoven.

1.2 Creative Craft

Er zijn vier grote afdelingen binnen Greenhouse. Zelf ben ik werkzaam bij de afdeling Creative Craft. Bij Greenhouse zijn ze er van overtuigd dat conversie niet kan zonder creativiteit. En hierbij komt de Creative Craft aan te pas. Zij pakken nieuwe ideeën op en geven hier context aan.

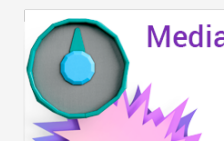
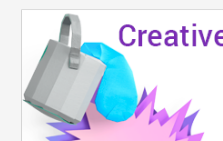
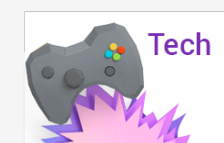
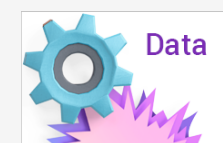
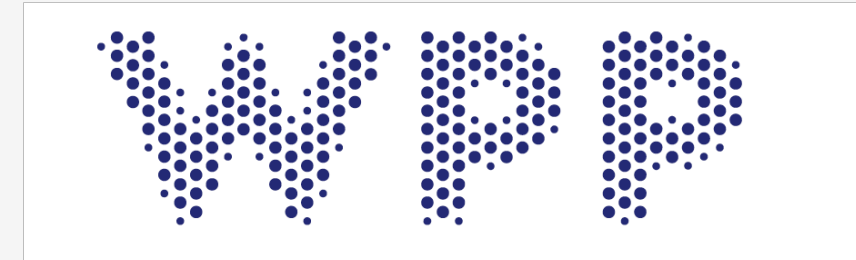
1.3 Organogram

Bij Greenhouse wordt er voor gekozen om werknemers in verschillende crafts (een afdeling) te stoppen. Inmiddels bestaat Greenhouse uit de volgende crafts: Media Craft, Tech craft, Creative craft en de Data craft.

De proposities die Greenhouse aanbiedt zijn:
Full service, Smart, Blossom, Transform en Tech

Er is gekozen voor deze structuur om werknemers niet all round te laten werken, maar zich te laten specialiseren in hun eigen craft. Deze craft heeft dan meerdere taken. Een werknemer van de Media craft werkt dus wel voor verschillende klanten, maar zal een andere craft niet aanraken.

Om Greenhouse sneller te laten groeien en veilige investeringen te bewerkstelligen is er voor gekozen om Greenhouse aan te sluiten aan GroupM. GroupM heeft een aantal grote offline mediabedrijven onder zich waaronder: Mediacom, Wavemaker en Mindshare. GroupM is dan weer een onderdeel van WPP, dit is een grote investeringspartij uit Groot-Brittannië. WPP heeft veel grote partijen uit het reclamelandschap onder zich heeft.



2.0 De Opdracht



2.1 Opdrachtschrijving

Online streaming en eSports zijn toenemende fenomenen van de laatste jaren. In online games worden wedstrijden gehouden en dit wordt eSports genoemd. De beste spelers van een videogame spelen voor een gaming team en er worden grote toernooien over heel de wereld gehouden waar deze teams het tegen elkaar opnemen.

Grote sportarena's worden afgehuurd en zitten vol met joelende fans, terwijl er thuis nog miljoenen mensen de wedstrijden online volgen. Deze "sport atleten" verdienen megasalarissen en worden gesponsord door grote internationale merken.

Omdat deze online wereld erg nieuw is en snel is opgekomen is er nog weinig over onderzocht. Echter is het wel een gigantische markt, die momenteel al meer kijkers genereert dan american football. Greenhouse wil weten om welke doelgroep het exact gaat en hoe deze doelgroep het beste marketingtechnisch kan worden aangesproken.

2.2 Doelen van de opdracht

De doelgroep in kaart brengen

Een belangrijk onderdeel is om er goed achter te komen wie de doelgroep is die kijkt naar de online streaming platforms. Waarvoor komen zij exact naar het streaming platform en hoe kunnen zij het beste worden benaderd en met wat voor soort advertentie.

eSports analyse

Een ander belangrijk onderdeel van de opdracht is om te onderzoeken hoe de streaming en eSports wereld in elkaar zitten. Hoe zijn deze ontstaan en waarom is deze wereld zo snel aan het groeien bij vooral jonge mannen. En hoe doen streaming en eSports het specifiek in Nederland?

Het bepalen van de advertentiemogelijkheden

Het belangrijkste doel van de opdracht is om erachter te komen wat de beste advertentiemogelijkheden zijn op streaming websites. Dit kan worden gedaan door goed in de doelgroep en het platform te duiken. Wat zijn de mogelijkheden tot adverteren op streaming websites en welk soort advertenties passen het beste bij de desbetreffende doelgroep.

eSports analyse

Als er is vastgesteld welke manieren van adverteren er mogelijk zijn, moet er worden gekozen om of een prototype vanaf scratch te maken of een bestaande tool in te zetten. Om te meten welke tool of tools het beste werken zal advertentieruimte worden ingekocht en worden gemeten hoe goed bepaalde tools werken. Ook zal worden teruggekoppeld met de doelgroep hoe zij tegen de tools aankijken.

2.3 Analyse van de opdracht

Vraag

De vraag is om te ondervinden hoe gaming en streaming services kunnen worden ingezet bij mediacampagnes van Greenhouse. Momenteel worden streaming websites minimaal gebruikt als kanaal om potentiële klanten mee te winnen. Gaming en online streaming zijn snel groeiende media die met de dag populairder aan het worden zijn. Hoe sneller Greenhouse manieren heeft om hier ook de klant te winnen hoe succesvoller de output voor de klant zal zijn.

Risico's

Een van de risico's is dat de gebruiker een standaard adblocker zal gebruiken op de streaming website. Zo kan dan wel reclame tijd worden ingekocht maar echter zal de reclame niet te zien zijn voor de viewer. Er moet op een andere creatieve manier worden gezocht om de streamer toch in aanraking te laten komen met de campagne van de klant.

Urgentie

Aangezien streaming en gaming een snel groeiend fenomeen is, is het noodzakelijk voor Greenhouse om ook hier te kunnen promoten. De verwachting is ook dat gaming en esports de komende jaren nog zeer hard in populariteit zullen gaan stijgen.



2.3.1 Hoofdvraag

“Hoe zit de streaming en eSports wereld in elkaar en wat zijn de beste mogelijkheden tot adverteren op streaming platforms?”

2.2 Doelen van de opdracht

- Wat zijn eigenlijk eSports?
- Hoe zijn eSports ontstaan en zo groot geworden?
- Wat is het verschil tussen eSports en gaming?
- Hoe groot zijn eSports en gaming in Nederland?
- Welke bekende platforms zijn er waar op kan worden gestreamd?
- Hoe verdient een streamer zijn inkomen?
- Hoe ziet de doelgroep eruit die streams bezoekt?
- Hoe adverteert Greenhouse momenteel op streaming websites?
- Op welk soort manieren kan nog meer worden geadverteerd?
- Hoe effectief zijn deze nieuwe manieren van adverteren?
- Wat voor soort advertenties spreken de doelgroep het meeste aan?

2.4 Werkzaamheden (scope)

Om de eisen binnen de afstudeeropdracht te categoriseren en rangschikken heb ik de MoSCoW-methode gebruikt.

Must Haves

- Testcases voor bestaande klanten met prototypes
- Gemeten data met betrekking tot de geteste tools
- Mogelijkheden tot advertisement onderzocht

Could Haves

- Een eigengemaakt prototype

Should Haves

- Meerdere prototypes

Should Haves

- Een geheel marketingplan gericht op streaming websites

3.0 Aanpak

Gedurende de afstudeerstage zal gebruik worden gemaakt van de Agile Scrum Methode. Een sprint zal telkens een week duren. Elke week zal ik een meeting houden met mijn bedrijfsbegeleider Tim Deynen om de vooruitgang te bespreken en feedback te vergaren. Zo kunnen problemen in een vroeg stadium worden aangepakt en worden opgelost.

In het begin zal ik bieb onderzoek doen naar eSports en streaming. Wat zijn eSports en streaming precies.

De vervolgstap is om door middel van veld onderzoek te kijken wat Greenhouse al heeft gedaan op aan de marketingkant met streaming en eSports. Welke kennis is er al in huis, en wat zijn de resultaten van campagnes die al gedraaid zijn.

Nadat ik een aantal experts binnen Greenhouse heb gesproken is het ook belangrijk om met de doelgroep te praten. Zij kennen het platform natuurlijk het beste als eindgebruiker. Ik wil erachter komen waarvoor zij precies naar streaming platforms komen, en hoe zij momenteel tegen advertenties bij livestreams aan kijken. Wat wordt gezien als vervelend en irritant en wat zouden nog meer manieren kunnen zijn tot adverteren.

Na het doelgroeponderzoek zal ik bieb onderzoek gebruiken om verder te bestuderen welke mogelijkheden tot adverteren er allemaal zijn. Mogelijk zijn er al innovatieve tools op de markt die door Greenhouse kunnen worden ingezet. Mocht er geen tool aanwezig zijn die voldoet wellicht is het dan mogelijk om intern zelf wat op te zetten.

Als laatste zal door middel van workshop onderzoek worden gekeken hoe de tools worden ingezet om creaties te maken. Dan kan advertentieruimte worden ingekocht om metingen te verrichten om te kijken hoe goed bepaalde advertentievormen werken.

4.0 Leerdoelen

Gebruikersonderzoeken

Tijdens mijn opleiding heb ik wel vaker met de doelgroep gesproken. Maar voor deze opdracht zal het van essentieel belang zijn om de gebruiker tot in detail te leren kennen. Hier wil ik mijzelf in verdiepen en verbeteren om een goed beeld te krijgen van de doelgroep.

Ondernemendheid

Ik wil meer initiatief tonen gedurende mijn opdracht. Soms leun ik achterover en verwacht ik dat het wel goed komt door even te wachten in bepaalde situaties. Ik wil echter meer inzet tonen en dichter bovenop een aantal zaken zitten zodat ik geen onnodig tijdverlies oploop.

Documenteren

Documenteren is een van mijn zwakkere punten. Ik maak vaak pas achteraf een bronnenlijst en dan moet opnieuw terugvinden welke bronnen ik allemaal heb gebruikt. Nu wil ik vanaf het begin voor mezelf duidelijkheid scheppen en een gestructureerde manier van documenteren leren. In de lange termijn op het einde van de stage zal me dit alleen maar helpen.

Expert worden op streaming gebied

Het is belangrijk voor mijn opdracht om de streaming platforms in en out te kennen. Hoe kunnen deze platforms worden ingezet en welke manieren tot adverteren zijn er allemaal mogelijk.



5.0 Planning

Week	Datum	Fase	Deadlines	Opmerkingen
1	02-09-2019	Verkenning		
2	09-09-2019	Onderzoek	PID eerste versie	
3	16-09-2019	Onderzoek	PID tweede versie	
4	23-09-2019	Onderzoek		Voorlichting portfolio afstuderen
5	30-09-2019	Onderzoek	PID definitieve versie	Bezoek stagebegeleider
6	07-10-2019	Concepting		
	14-10-2019	Concepting		Herfstvakantie op Fontys
7	21-10-2019	Concepting		
8	28-10-2019	Prototyping		
9	04-11-2019	Prototyping		
10	11-11-2019	Testen		Terugkomdag
11	18-11-2019	Testen		
12	25-11-2019	Ontwikkelen		
13	02-12-2019	Ontwikkelen		
14	09-12-2019	Ontwikkelen		
15	16-12-2019	Ontwikkelen		
	23-12-2019	Ontwikkelen		Kerstvakantie op Fontys
	30-12-2019	Ontwikkelen		Kerstvakantie op Fontys
16	06-01-2020	Review + Portfolio		
17	13-01-2020	Review + Portfolio	Inleveren afstudeeropdracht	
18	20-01-2020	Assessments		
19	27-01-2020	Assessments		Assessments worden op school afgerond