

Innovatiemethoden in de media

Welke innovatiemethode kan ik het beste gebruiken?

Exploitatie

checkvraag:
Ben je je bewust van de ontwikkelingen in jouw markt?

checkvraag:
Is de koers van de organisatie helder?

checkvraag:
Dekt het innovatieportfolio de strategische ambities?

checkvraag:
Is er een product-markt-fit?

checkvraag:
Is er een minimum viable product (MVP)?

checkvraag:
Is het product klaar om overgedragen te worden aan de business?



Ik wil weten wat er in mijn wereld speelt
Ik wil kijken naar de omgeving
DESTEP
Ik wil zowel intern & extern meenemen
SWOT-analyse

Ik wil positioneren
Ik positioneer mezelf t.o.v. de markt
Brand Key
Ik kijk vanuit intrinsieke drijfveren
Golden circle

Ik wil sturing en richting
Vanuit onze strategie op één A4'tje
Objectives, Goals, Strategies & Measures. (O.G.S.M.)

Ik wil innovaties passend bij mijn strategie
Ik wil onderscheiden op basis van potentiële winst en risico
Business Model Portfolio
Ik wil onderscheid op basis van fase
Stage Gate Process
Ik wil onderscheid op basis van aansluiting op bestaande business
Three Horizons Model

Ik wil mijn doelgroep en zijn behoefte helder krijgen
Ik wil de omgeving en beleving scherp krijgen
Context Mapping
Ik wil het keuzeproces begrijpen
Customer Experience Map
Ik wil de drijfveren helder krijgen
Spanningen Model
Ik wil de pijnpunten bij een specifieke taak helder krijgen
Value Proposition Canvas

Ik wil een oplossing bedenken
Door anders te positioneren t.o.v. concurrentie
Blue Ocean Strategy
Veel uiteenlopende concrete oplossingen in korte tijd
Hackaton
Multi-disciplinair in 20 weken
VOORT-methode
In 5 dagen, met eerste validatie
Google Design Sprint

Ik wil dit concept valideren
Op basis van meest kritieke aannames
Lean Startup

Ik wil ontwerpen
Waarbij ik de doelgroep nauw betrek
Lean Design
Zodat ik blijvende betrokkenheid creëer
Hooked
Ik wil sturing en richting
Ambitueus en per kwartaal
Objectives & key results (OKR's)

Ik wil voortgang bewaken
Met doelen passend bij een onzekere omgeving
Ik wil product/markt fit in kaart brengen
Vanuit unique selling points en grootste aannames
Lean Canvas
Vanuit wenselijkheid, mogelijkheid en haalbaarheid
Business Model Canvas

Ik wil structuur aanbrengen in ontwikkeling
Visueel, met veel taken, veel participanten
Kanban
Onzekere uitkomst en traject
Scrum
Voorspelbare uitkomst en traject
Waterval

Ik wil sturen op vooruitgang
Op voorspelbare doelen
Key Performance Indicators (KPI's)
Realistisch en gefocused
One Metric That Matters (OMTM)
Ik wil richting voor marketing
D.m.v. een duidelijke doelgroep
Persona's

Ik wil groei en conversie optimaliseren
Door experimenteren in korte cycli
Growth hacking / pirate funnel

DESTEP

Omschrijving:

Helpt bij beeldvorming van externe invloeden op de omgeving waarin een organisatie actief is. Dit is van belang om effectief gebruik te kunnen maken van de kansen en bedreigingen die hierdoor veroorzaakt worden. Het beeld is opgebouwd uit 6 factoren: Demografisch, Economisch, Sociologisch, Technologisch, Ecologisch, Politiek-juridisch.

Is t.o.v. SWOT-analyse

anders want:

SWOT-analyse combineert interne en externe factoren, terwijl DESTEP zich richt op externe invloeden. DESTEP kan dienen als input voor de kansen en bedreigingen van de SWOT-analyse.

Deliverable:

1 A4'tje met alle kansen en bedreigingen die het gevolg zijn van de veranderende omgeving.

Bedacht door: Francis J. Aguilar

Jaar: 1967

Populariteit:



SWOT-analyse

Omschrijving:

Helpt in het kiezen van strategische richtingen op basis van kansen (extern), bedreigingen (extern), sterktes (intern) en zwaktes (intern). De uitkomst van een SWOT-analyse bestaat uit een model met 4 kwadranten. Afhankelijk van de positie in het kwadrant is de strategie gericht op groei, verbeteren, verdedigen of veranderen/terugtrekken.

Is t.o.v. DESTEP

anders want:

DESTEP richt zich op verschillende aspecten van externe invloeden en kan dienen als input voor de kansen en bedreigingen van de SWOT-analyse.

Deliverable:

Matrix met alle sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen.

Bedacht door: Albert Humphrey

Jaar: 1960-1970

Populariteit:



Brand Key

Omschrijving:

Helpt bij merkpositionering en geeft het houvast in richting en communicatie vanuit een merk. Het model leidt in acht stappen tot een onderscheidende en relevante positionering: 1. concurrentieomgeving, 2. doelgroep, 3. inzicht, 4. voordelen, 5. waarden & persoonlijkheid, 6. geloofwaardigheid, 7. onderscheidende kracht en 8. merkessentie.

Is t.o.v. Golden Circle

anders want:

De Golden Circle neemt intrinsieke drijfveren als uitgangspunt voor positionering, terwijl de Brand Key zicht positioneert relatief ten opzichte van de markt.

Deliverable:

Een veelzijdige positionering van een merk.

Bedacht door: Unilever

Jaar: -

Populariteit:



Golden Circle

Omschrijving:

Helpt bij het maken van existentialistische keuzes voor een organisatie(-onderdeel). Het is opgebouwd uit Why, How en What. De Why is je innerlijke drijfveer (Waarom ben je op aarde?), de How gaat in op hoe je daar invulling aan geeft (en hoe je je onderscheidt?), de What omschrijft concreet welk(e) range aan product(-en) je levert.

Is t.o.v. Brand key

anders want:

De brand key kijkt voor positionering naar de markt. De golden circle neemt intrinsieke drijfveren als uitgangspunt.

Deliverable:

Een duidelijke positionering van je organisatie en de drijfveren.

Bedacht door: Simon Sinek

Jaar: 2010

Populariteit:



Objectives, Goals, Strategies, Measures

Omschrijving:

Helpt om strategie om te zetten in actie. Het maakt expliciet wát je wil bereiken en hóe je daar komt. De OGSM is de basis van een strategisch businessplan vertaalt visies aan de hand van strikte objectives, goals, strategieën en meetpunten. Met OGSM wordt ook expliciet hoe de doelstellingen doorvertalen in subdoelstellingen per afdeling.

Is t.o.v. Brand Key, Three Horizon Model

anders want:

Brand key en three horizons helpen bij het inhoudelijk bepalen van de koers van een onderneming. OGSM maakt de vertaalslag van deze koers naar concrete acties met meetbare resultaten.

Deliverable:

Een businessplan op 1 A4'tje.

Bedacht door: Van Eck en Van Zanten

Jaar: 2013

Populariteit:



Business Model Portfolio

Omschrijving:

Helpt door het geven van overzicht en voortgang in een portfolio van innovatieprojecten. Alle projecten worden in 1 overzicht geplot op 2 assen: Verwachte omzet en bewijs voor succes. Veel bewijs betekent een klein risico. Succesvolle innovatie projecten ontwikkelen zich richting hoge verwachte inzet en een laag risico.

Is t.o.v. Three Horizons model

anders want:

Het three horizons model deelt de innovaties in op basis van afstand tot bestaande businessmodel. Het businessmodel portfolio plot de innovaties op 2 assen: Potentiële omzet en risico.

Deliverable:

Het innovatie-portfolio geplot in een overzicht op basis van verwachte omzet en risico.

Bedacht door: Alexander Osterwalder, Strategyzer

Jaar: 2017

Populariteit:



Stage Gate Process

Omschrijving:

Helpt bij het geven van overzicht en voortgang in een portfolio van innovatieprojecten en in het selecteren van de meest kansrijke initiatieven. Het model rangschikt de innovatieprojecten in fasen van wasdom. Na elke fase vindt een go/no-go beslissing plaats. De vijf standaard fasen zijn: Scope, Businessmodel, Development, Test, Lanceren.

Is t.o.v. Business Model Portfolio en Three horizons Model

anders want:

Bij businessmodel portfolio en three horizons worden innovaties gerangschikt op basis van hun potentiële output/opbrengst of afstand tot huidige businessmodel. Het stage gate model rangschikt innovaties per fase.

Deliverable:

Overzicht van voortgang innovatieportfolio.

Bedacht door: R.G. Cooper

Jaar: 1970

Populariteit:



Three Horizons Model

Omschrijving:

Helpt om de innovatie-inspanning en -resources te verdelen om op korte, middellange en lange termijn continuïteit te borgen. Horizon 1 is gericht op incrementele verbeteringen. Horizon 2 richt zich op kansen in nabije toekomst. Horizon 3 bevat disruptieve ideeën die op lange termijn voor grote groei kunnen zorgen.

Is t.o.v. BCG-growth matrix

anders want:

De BCG-growth matrix is gericht op exploitatie en geeft daarom alle bestaande producten weer. Three horizons model is gericht op exploratie en toont alle in ontwikkeling zijnde producten

Deliverable:

Een framework met 3 horizons waar innovaties op zijn weergegeven op basis van waarde en tijd.

Bedacht door: Mc Kinsey

Jaar: 2000

Populariteit:



Context Mapping

Omschrijving:

Helpt om vroegtijdig in productontwikkeling onderliggende motieven en latente behoeften van gebruikers bloot te leggen. Inzichten zijn bruikbaar om innovaties te ontwikkelen die perfect aansluiten op de behoefte van gebruikers.

Is t.o.v. Customer Experience Mapping en Value Proposition Canvas

anders want:

Customer experience mapping richt zich op de stappen die een gebruiker doorloopt. Value proposition canvas richt zich op hoe een propositie aansluit bij klantbehoeften. Context mapping richt zich op de onderliggende motieven.

Deliverable:

Vroegtijdig inzicht in de motieven van een gebruiker.

Bedacht door: TU Delft

Jaar: 2003

Populariteit:



Customer Experience Map

Omschrijving:

Helpt om zichtbaar te maken waar in het klantcontact verbeteringen mogelijk zijn zodat een optimale klantbeleving kan worden gerealiseerd over alle kanalen heen. Het werkt door de verschillende processtappen in de customer journey op te stellen en per stap te bepalen hoe een gebruiker zich voelt (blij, neutraal, verdrietig).

Is t.o.v. Value proposition canvas

anders want:

Value propositie canvas hoe de totale propositie een oplossing biedt voor knelpunten en behoeften van de klant. De customer experience mapping geeft een gedetailleerd beeld van het sentiment in de verschillende fasen van de klantreis.

Deliverable:

Overzicht van alle fasen en contactmomenten die een klant doorloopt en wat hoe positief daarbij de klantervaring is.

Bedacht door: -

Jaar: -

Populariteit:



Spanningen Model

Omschrijving:

Helpt door drijfveren en motivaties van gebruikers inzichtelijk te maken, te structureren en bruikbaar te maken. Het complexe model bestaat uit 3 assen. De horizontale as loopt van de behoefte aan orde/zekerheid tot aan de behoefte om te veranderen. De eerste verticale as loopt van kinderlijk verlangen tot conformeren aan de wensen van de maatschappij. De tweede verticale as loopt van persoonlijke ambitie tot aan externe benodigdheden.

Is t.o.v. Persona's

anders want:

Het spanningen model is bedoeld om verschillende doelgroepen te identificeren op basis van drijfveren. Persona's zijn bedoeld om doelgroep segmenten tot leven te brengen. De output van het spanningen model kan als input dienen voor persona's.

Deliverable:

Overzicht van verschillende doelgroepsegmenten.

Bedacht door: W. Sabler

Jaar: 1980

Populariteit:



Value proposition canvas

Omschrijving:

Helpt om in te leven in de behoefte van de gebruiker(s). Uitgangspunt is hierbij een klantsegment en zijn klanttaken en de pijnpunten en verbeterpunten voor de gebruiker bij deze taak. Vervolgens helpt het canvas om te checken welk/of jouw producten deze punten kan wegnemen. Het is een verdieping op het businessmodel canvas

Is t.o.v. Customer experience map

anders want:

Customer experience map kijkt gedetailleerd vanuit de stappen in de klantreis. Terwijl value proposition canvas meer hoogover kijkt vanuit de taken, de pijnpunten die op te lossen zijn en de winst die te behalen valt.

Deliverable:

Een canvas dat duidelijk de koppeling tussen jouw product en de klantbehoefte in kaart brengt.

Bedacht door: Alexander Osterwalder, Strategyzer

Jaar: 2009

Populariteit:



Blue Ocean Strategy

Omschrijving:

Helpt bij het systematisch ontdekken van onontgonnen markten, waarin nieuwe concepten succesvol zijn door hun first-mover-advantage en gebrek aan concurrentie. Bij blue ocean worden de belangrijkste productfactoren geïdentificeerd. En wordt een positionering gekozen die op (vrijwel) alle factoren onderscheidend is van de concurrentie.

Is t.o.v. Red ocean marketing / conventionele marketing

anders want:

Waar in red ocean marketing een product concurreert op prijs, promotie, product of plaats, kiest blue ocean ervoor om een nieuwe markt te creëren zonder concurrentie.

Deliverable:

Overzicht waarop en hoe jouw bedrijf/product zich onderscheid t.o.v. concurrentie.

Bedacht door: W. Chan Kim

Jaar: 2005

Populariteit:



Hackaton

Omschrijving:

Helpt om nieuwe oplossingen te bedenken voor één centraal probleem. Problemen kunnen variëren van een breed vraagstuk tot een specifieke taak. Deelnemende teams maken een pitch en prototype/demo klaar beperkte tijd (24-48u). Een jury (meestal bestaande uit experts en afgevaardigden van sponsors) kiest één of meerdere winnaars.

Is t.o.v. Conventionele (interne) productontwikkeling

anders want:

Conventionele ideation kenmerkt zich door lange doorlooptijd en intern gegenereerde ideeën. Bij een hackathon wordt ideation in 24-48u gedaan en genereert door inzet van externe teams veel uiteenlopendere en out-of-box oplossingen.

Deliverable:

Een variëteit aan oplossingsrichtingen voor een gestelde uitdaging.

Bedacht door: OpenBSD

Jaar: 1999

Populariteit:



VOORT-methode

Omschrijving:

Helpt door structuur aan te brengen in het begin van innovatietrajecten. Het voorziet in een proces om tot meerdere nieuwe businesscases te komen. De 5 stappen (Vertrekken, Ontdekken, Ontwikkelen, Reflecteren en Terugkeren) bouwen voort op strategische richting en gaan in op onder meer marktontwikkeling, validatie en borging.

Is t.o.v. Business model canvas

anders want:

Businessmodel canvas biedt een format om de verschillende elementen van een businesscase te tonen. Het VOORT-model biedt een proces om binnen de organisiestrategie te komen meerdere ideeën inclusief gevalideerde businesscase.

Deliverable:

3 tot 5 nieuwe businesscases.

Bedacht door: Gijs van Wulven

Jaar: 2006

Populariteit:



Google Design Sprint

Omschrijving:

Helpt om grote problemen te identificeren, tastbaar te maken en oplossingsrichting voor te zoeken. Een Google design sprint is een combinatie van probleemanalyse, design, prototyping, validatie en draagvlakcreatie volgens een vast 5-daags programma. De sprint begint met het probleem en eindigt met een getest prototype.

Is t.o.v. Traditionele productontwikkeling

anders want:

Traditionele productontwikkeling kenmerkt zich door lange doorlooptijd en pas in een later stadium marktvalidatie. Bij Google design sprint wordt onder hoge druk in 5 dagen een oplossing wordt bedacht en gelijk getest.

Deliverable:

Een getest prototype dat antwoord geeft op de meest cruciale hindernis/aanname voor de haalbaarheid van een lange termijn doel.

Bedacht door: Jake Knapp, Google Ventures

Jaar: 2014

Populariteit:



Heb je vragen of suggesties? Mail Luuk@station10.nl. Sharing is caring, dus alle informatie mag gedeeld en gebruikt worden. Graag zelfs! Voorwaarde is dat je Station10 en/of de Mediafederatie noemt.

Lean Startup

Omschrijving:

Helpt om ideeën en concepten in een vroegtijdig stadium te valideren aan de hand van klantgedrag. De Lean startup methode typeert zich door alle kritieke aannames expliciet te maken en de belangrijkste eerst te valideren. Validatie vindt plaats volgens vier vaste stappen: 1. Hypothese opstellen, 2. Experiment bouwen, 3. Meten, 4. Leren.

Is t.o.v. Traditionele productontwikkeling (en introduceren op de markt)

anders want:

Bij traditionele productontwikkeling blijkt pas na marktintroductie of het concept een behoefte vervult. De lean startup valideert de klantbehoefte voordat een product gebouwd wordt.

Deliverable:

Een goedkope en snelle productontwikkeling dat inspeelt op bewezen klantbehoeften.

Bedacht door: Eric Ries

Jaar: 2011

Populariteit:



Lean Canvas

Omschrijving:

Helpt om product-markt-combinatie helder te krijgen en inzicht te krijgen in belangrijkste onderliggende aannames. Het model gaat in op negen elementen: 1. klantsegmenten, 2. probleem, 3. oplossing, 4. propositie, 5. onderscheidend vermogen, 6. kanalen, 7. belangrijkste meetpunten, 8. inkomstenstromen en 9. kostenstructuur.

Is t.o.v. Business model canvas

anders want:

Businessmodel canvas richt zich naast de product-markt-combinatie op de organisatie die nodig is voor uitrol. Lean canvas legt de nadruk op de product-markt-combinatie zelf. Businessmodel canvas wordt in een latere fasen gebruikt.

Deliverable:

Verdienmodel van een product markt-combinatie op 1 A4'tje.

Bedacht door: Ash Maurya

Jaar: -

Populariteit:



Business Model Canvas

Omschrijving:

Helpt om een businessmodel scherp te krijgen en geeft inzicht in de belangrijkste onderliggende aannames. Het model gaat in op negen elementen: 1. Klantsegmenten, 2. Propositie, 3. soort klantrelatie, 4. kanalen, 5. activiteiten, 6. benodigde expertise en resources, 7. partners, 8. inkomstenstromen en 9. kostenstructuur.

Is t.o.v. Lean Canvas

anders want:

Lean canvas richt zich vooral op de product markt combinatie, terwijl het businessmodel canvas zich ook richt op de organisatie die nodig is voor uitrol hiervan. Lean canvas wordt in een eerdere fase en vaker door startups gebruikt.

Deliverable:

Businessmodel op 1 A4'tje.

Bedacht door: Alexander Osterwalder, Strategyzer

Jaar: 2009

Populariteit:



OKR's

Omschrijving:

Helpt om tastbare doelen te stellen in onzekere omgevingen. OKR's staat voor Objectives & Key Results. Ze worden per kwartaal opgesteld, zijn ambitieus, meetbaar en voor iedereen openbaar. Daarnaast zijn OKR's hiërarchisch opgebouwd. De bovenste OKR wordt onderbouwd door de OKR's daaronder, etc.

Is t.o.v. KPI's

anders want:

KPI's worden gebruikt om voortgang en succes in voorspelbare omgeving te monitoren en zijn per afdeling. OKR's passen beter in onzekere omgevingen met lastig te meten doelen. En zijn persoonsgebonden.

Deliverable:

Een heldere kwartaaldoelstelling in onzekere domeinen gekoppeld aan meetbare resultaten onderverdeeld in meetbare subdoelen.

Bedacht door: John Doerr

Jaar: 1970

Populariteit:



Lean Design / User Centered design

Omschrijving:

Helpt om producten in één keer goed te ontwerpen (first-time-right) door te ontwerpen op basis van expliciet begrip van gebruikers, taken en context. Het kenmerkt zich door de gebruiker centraal te stellen en de hele klantreis in overweging te nemen. Het proces is iteratief en de gebruiker wordt in elke fase betrokken.

Is t.o.v. System centered / Function centered design

anders want:

System centered design neemt functionaliteit als uitgangspunt, wat leidt tot minder intuïtief gebruik. User centered design neemt de gebruiker als uitgangspunt, met intuïtiever gebruik en minder 'overbodige' functionaliteiten.

Deliverable:

User centered design.

Bedacht door: -

Jaar: -

Populariteit:



Scrum

Omschrijving:

Helpt in het (door-)ontwikkelen van complexe (software-) producten in een onzekere omgeving, door middel van korte cycli die bijsturen en snel opleveren mogelijk maakt.

Is t.o.v. Waterval

anders want:

Waterval is geschikt bij voorspelbare projecten waarbij de uitkomst, de omgeving en het proces stabiel zijn. Scrum past beter in onzekere situaties waarin niet exact bekend is wat het eindresultaat is en hoe het proces eruit ziet.

Deliverable:

Continue (door-)ontwikkeling van product of dienst.

Bedacht door: Kojiro Nonaka en Hirotaka Takeuchi

Jaar: 1986

Populariteit:



Kanban

Omschrijving:

Helpt in effectieve samenwerking door grote hoeveelheden werk meer wendbaar en transparant te organiseren. De visuele weergave van de activiteiten over de verschillende processtappen, zoals backlog, work in progress, testing en complete, maken in een oogopslag duidelijk wanneer welke activiteit wordt voorbereid, uitgevoerd of afgerond.

Is t.o.v. -

anders want:

-

Deliverable:

Een visueel helder overzicht van alle activiteiten en/of taken verdeeld over de verschillende processtappen.

Bedacht door: Taiichi Ohno, bij Toyota,

Jaar: 1948 - 1975

Populariteit:



Hooked

Omschrijving:

Helpt om diensten te ontwikkelen op een manier waarbij gebruikers blijvend betrokken blijven bij de dienst. Het hooked model hanteert een cyclus bestaande uit: 1. Trigger, 2. Actie, 3. Beloning, 4. Investeren. In eerste instantie zijn de triggers extern (zoals advertenties, terwijl in latere cycli de triggers intrinsiek zijn (gewenning)).

Is t.o.v. Customer experience map

anders want:

Een customer experience map onderzoekt de bestaande customer journey. Hooked ontwerpt een (nieuwe) customer journey waarbij de nadruk ligt op hoe dit verslavend kan werken voor de gebruiker.

Deliverable:

Een verslavend product.

Bedacht door: Nir Ayal

Jaar: 2014

Populariteit:



Waterval

Omschrijving:

Helpt om gestructureerd voortgang te boeken in realisatie. Waterval is vooral geschikt bij projecten waarvan heel duidelijk is welk eindresultaat gewenst is. Bij Waterval vinden de fasen na elkaar plaats en is terugkeren niet mogelijk/zeer onwenselijk. Er bestaan 6 fasen: Initiatie, Definitie, Ontwerp, Voorbereiding, Realisatie, Nazorg.

Is t.o.v. Scrum

anders want:

Waterval is geschikt bij voorspelbare projecten waarbij de uitkomst, de omgeving en het proces stabiel zijn. Scrum past beter in onzekere situaties waarin niet exact bekend is wat het eindresultaat is en hoe het proces eruit ziet.

Deliverable:

Een heldere planning van oplevering.

Bedacht door: W.W. Royce / R.G. Cooper

Jaar: 1970

Populariteit:



KPI's

Omschrijving:

Helpt om doelen op te stellen in voorspelbare omgevingen. KPI staat voor Kritieke Prestatie Indicatoren. KPI's zijn een operationeel instrument die de lange termijn doelstellingen vertaalt naar korte termijn. Een KPI is altijd specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch en tijdgebonden.

Is t.o.v. OKRs

anders want:

KPI's worden gebruikt om voortgang en succes in voorspelbare omgeving te monitoren en zijn per afdeling. OKR's passen beter in onzekere omgevingen met lastig te meten doelen. En zijn persoonsgebonden.

Deliverable:

SMART geformuleerde doelstellingen.

Bedacht door: -

Jaar: -

Populariteit:



Growth Hacking / Pirate funnel

Omschrijving:

Helpt om tot schaalbare en voorspelbare groei te komen met minimale resources. De Pirate funnel bestaat uit 5 stappen: Acquisition, Awareness, Retention, Revenue, Referral.

Is t.o.v. Conventionele marketing

anders want:

Bredere kijk dan marketing. Waar marketing ophoudt zodra de gebruiker in de winkel staat, houdt growth hacking op bij de aankoop. (of zelf nog daarna)

Deliverable:

Groei tegen minimale investering.

Bedacht door: Dave McClure

Jaar: 2007

Populariteit:



One Metric That Matters

Omschrijving:

Helpt om te focussen door slechts 1 doelstelling centraal te stellen. Dit zorgt voor motivatie en een juiste houding waarbij testen en optimalisatie voorop staat. De OMTM verandert per periode. De OMTM is geen vervanging voor alle andere metrics, maar geeft aan welk onderwerp prioriteit krijgt.

Is t.o.v. KPI's

anders want:

KPI's zijn een set aan metrics, die allemaal 'op groen' moeten staan. Bovendien gaan KPI's meerdere periodes mee, zodat een trend te zien is. De OMTM is slechts 1 metric, die (meestal) slechts 1 periode centraal staat.

Deliverable:

Eén duidelijk meetbare doelstelling voor een periode.

Bedacht door: Avinash

Jaar: 2014

Populariteit:



Persona's

Omschrijving:

Helpt om klantgerichter te innoveren en te communiceren. Persona's zijn op maat gemaakte klantprofielen die kennis over doelgroepen 'tot leven' te brengen binnen de organisatie. Zij geven een naam en gezicht aan 'de klant' met motieven, verlangens en levensdoelen. Bij productontwikkeling en in communicatie kan hierop ingespeeld worden.

Is t.o.v. Spanningenmodel

anders want:

Persona's zijn bedoeld om doelgroep segmenten tot leven te brengen. Het spanningenmodel is (enkel) bedoeld om verschillende doelgroepen te identificeren op basis van drijfveren. Dit kan als input dienen voor een persona.

Deliverable:

Een set van fictieve personen die symbool staan voor een doelgroepsegment.

Bedacht door: OgilvyOne

Jaar: 1993

Populariteit:



Opgesteld door:



de.....Media
.....
...federatie