



On the move

Cross jumps is een trampolinepark in Breda. Het is gevestigd in het gebouw van de oude Faam fabriek in de wijk liniekwartier. Cross jumps biedt sportieve uitdaging voor jong en oud op elk niveau. In een grote hal staan allerlei soorten trampolines opgesteld die op verschillende manieren kunnen worden ingezet. Naast het “vrijspringen” kun je ook gebruik maken van de faciliteiten voor fitness / bootcamp of freerunning / parcours en trainen er gymnasten op de trampolines.

Voor groepen zijn er ook verschillende activiteiten zoals trefbal of kinderfeestjes. Naast een groot aantal verschillende trampolines kun je natuurlijk ook even lekker uitrusten en iets eten of drinken bij Cross jumps.

Het is echter niet zomaar dat Cross jumps jullie hulp vraagt, zij signaleren een probleem bij kinderen / jongeren die komen sporten bij Cross jumps.

Het is een probleem dat steeds meer zichtbaar wordt in onze maatschappij, de dominante plaats die de smartphone inneemt. In plaats van lekker te springen en te bewegen kiezen steeds meer kinderen ervoor om aan de kant te blijven zitten om op hun smartphone bezig te zijn.



Word jij die innovatieve marketing medewerker voor Cross jumps?

Tijdens deze opdracht ben jij werkzaam als marketing medewerker. Je hebt de opleiding marketing en communicatie gevolgd op MBO niv 4. Cross jumps vraagt jouw hulp om meer inzicht te krijgen in het probleem, en daagt je uit om te komen tot een mogelijke oplossing.

Jouw opdracht

Bedenk een oplossing om kinderen/jongeren actief te laten bewegen als zij bij Cross jumps zijn.

Programma van eisen

- De oplossing sluit aan bij de doelgroep.
- De oplossing verbiedt de telefoon niet.
- De oplossing is onderbouwd met een marktonderzoek.

Moeilijk? We helpen je op weg. Op de volgende pagina's vind je de stappen naar jouw eigen oplossing.

TIP: Lees eerst het hele stappenplan door. Dan weet je precies wat je te wachten staat!

EN EEN TO DO: Maak alvast met je groepje een inzending aan op de projectpagina. Na elke stap van het stappenplan kun je dan je vorderingen uploaden.

<http://www.braintrigger-challenge.nl/opdrachten/gezondheid/on-the-move>.

Helemaal rechts bovenin klik je op 'inzending aanmaken'.

Via 'inzending bewerken', ook helemaal rechts bovenin, voeg steeds nieuwe plaatjes/teksten toe met 'artikel toevoegen'. Een soort hoofdstukjes zeg maar... Bijvoorbeeld: Waar kwam je inspiratie vandaan? Welke materialen heb je onderzocht? En natuurlijk: Hoe ben je op het idee gekomen? Presenteer het op de site.

Afbeeldingen uploaden: alleen jpg, jpeg of png.

Tekst uploaden: typ je tekst in het tekstvak of kopieer en plak tekst uit bijvoorbeeld je wordbestand naar het tekstvak in je 'artikel'.

Filmpjes uploaden: upload je filmpje naar YouTube en zet dan de YouTube link in het 'artikel' in jouw inzending.

Kom je er zelf niet uit? Bekijk dan de instructievideo op YouTube en zie hoe je heel gemakkelijk een inzending kunt aanmaken en bewerken: <https://youtu.be/l1q2M5HDYBo>



STAP 1: ORIËNTEREN

Aan de slag als marketing medewerker. Dat heb je misschien nog nooit gedaan. Geen zorgen, dit stappenplan gaat je helpen. Je begint met brainstormen. Dat betekent dat je alle ideeën die in je opkomen op gaat schrijven of gaat tekenen. Dat mogen best wel steekwoorden en snelle schetsen zijn, gewoon simpele tekeningetjes of een mindmap. Je doet verschillende brainstorms, over: Welke vormen van marketing ken je al? Wat voor taken heb je als marketingmedewerker? En wat voor producten en diensten biedt Cross jumps al aan?

Schrijf het op, teken en/of maak er foto's van. Hiervan maak je een poster en die upload je naar inzending op de [projectpagina](#).

Aanvullende eisen:

- logboek is aangemaakt en gedeeld met alle groepsgenoten.
- De opdrachtgever verwacht een burndown-chart met daarop alle activiteiten die je tijdens dit project verricht. De burndown-chart voldoet aan de eisen in de bijlage. Zo weet de opdrachtgever dat de nieuwe activiteit op tijd af is. Neem je burndown-chart op in het logboek.
- De opdrachtgever verwacht een oriëntatie op het werken in een recreatie/sporthal of het werken in marketing. Maak van ieder werkveld een overzicht met een algemene omschrijving van het werkveld, voorbeelden van mogelijke werkgevers, opleidingsmogelijkheden in de regio en belangrijke eigenschappen van een werknemer. Ieder groepslid schrijft een korte reactie op dit overzicht: past het werken in dit beroepenveld bij hem/haar of niet?

STAP 2: VOORBEREIDEN

Oke, je weet nu iets meer over marketing en over Cross jumps. Maar wie is de doelgroep kinderen en jongeren eigenlijk? Wat zijn hun interesses? Waarom komen ze juist wel of juist niet naar Cross jumps? En wat zijn factoren die hun gedrag kunnen beïnvloeden.



Alle inspiratie en informatie over de doelgroep verzamel je op een moodboard. Maak er een foto van en upload die naar je inzending op de [projectpagina](#).

STAP 3: ENQUÊTE

Met de informatie die je hebt opgedaan bij stap 1 en 2 ga je nu een enquête maken. Bedenk goede vragen (open en meerkeuze) want de antwoorden zijn de basis voor jouw oplossing van het probleem. Neem de enquête in ieder geval bij 3 kinderen en/of jongeren af.

Upload de enquête en de antwoorden (als tekst) naar je inzending op de [projectpagina](#)!

Aanvullende eisen:

- De opdrachtgever verwacht een opzet van jullie enquête waarin ten minste informatie over de volgende aspecten staat: de gestelde vragen (vb. welke en in welke volgorde), respondenten (vb. aantal en hoe te benaderen).

STAP 4: UITVOEREN

Je hebt vast weer nieuwe inspiratie kunnen halen uit de antwoorden op je enquête. Nu komen jouw creatieve skills pas echt goed van pas. Je gaat namelijk 2 oplossingen bedenken voor het probleem van Cross jumps. Denk groot, denk gek, alles kan! Je oplossing kan heel technologisch zijn of juist meer een campagne die kinderen en jongeren ergens bewust van maakt.

Geef van beide oplossingen aan wat de sterke en de zwakke kanten zijn van deze oplossingen en maak een onderbouwde keuze voor een van de twee oplossingen.

Upload een lijstje van de sterke en zwakke punten naar je inzending op de [projectpagina](#).



STAP 5: DE UITWERKING

Werk je gekozen oplossing zo nauwkeurig mogelijk uit. Maak bijvoorbeeld een mooie ontwerptekening, een stappenplan, een maquette. Het hangt van je oplossing af welke manier van uitwerken daar het best bij past.

Breng je oplossing ook tot leven: bedenk een naam, bouw een prototype of maak tekeningen, een reclamefilmpje, foto's van je zelfgebouwde prototype. Alles mag! Op internet vind je veel inspiratie. Misschien kun je je eigen ideeën wel combineren met producten die al op het internet staan (maar kopieer zonder toestemming GEEN afbeeldingen naar de website van BrainTrigger/Invented by All!)

STAP 6: PRESENTEREN

Upload je uiteindelijke uitgewerkte oplossing ook naar je inzending op de [projectpagina](#). Vertel daar alles over jouw product en over je werkproces. Probeer jouw product als het ware te verkopen! Waarin is het onderscheidend van wat er al is? En waarom is dit de perfecte manier om kinderen en jongeren actief te laten bewegen bij Cross jumps?

Je presenteert jouw oplossing ook aan Cross jumps. Laat op een duidelijke manier zien dat jullie oplossing voldoet aan het programma van eisen en dat jullie de beste oplossing hebben.

STAP 7: STEMMEN WERVEN

Vraag iedereen die je kent om op je idee te stemmen. Je kunt je ontwerp, uitvinding of idee promoten door op de pagina met jouw inzending te gaan staan en dan op de icoontjes van sociale netwerksites te klikken en bijvoorbeeld "Instagram", "Twitter" of "Facebook" te selecteren. Je kunt natuurlijk ook iedereen die je kent mailen met de vraag om op je idee te stemmen.

Veel succes... en plezier!