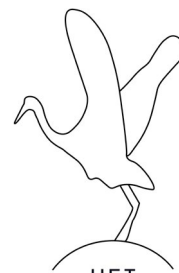


BELEEFBAROMETER

SECOND OPINION BELEEFWAARDE



HET
BELEEF
INSTITUUT

40 JAAR EXPERIENCE

Het Beleefinstituut

Beleven en ervaren. Een hele generatie is er inmiddels mee opgegroeid, maakt het mee en past het toe. Dat geldt ook voor ons, Kranendonk c.s., makers van brand experiences van het eerste uur. Ons vroegste en bekendste wapenfeit op dit gebied is Heineken Experience (1.0), de eerste brand experience van betekenis in Nederland, een attractie met meer dan een miljoen bezoekers per jaar. Onze kennis en jarenlange ervaring met de toepassing van beleving in communicatie en marketing willen wij graag met u delen, door middel van het Beleefinstituut.

Met het Beleefinstituut bieden wij u een kijkje in de keuken van onze visies en ideeën, didactiek en creativiteit, ontwerpen en concepten, producties en exploitaties. Het resultaat van veertig jaar ervaring, door te doen, te ontdekken en te leren, met veel plezier. Daardoor hebben we een geoefende neus gekregen voor succes en een scherp oog voor de valkuilen.

Met het Beleefinstituut willen we u een inspiratie- en leeromgeving bieden, met een gevarieerd aanbod van inspiratie, vakkennis en producten, zoals het beleefadvies, de beleefbarometer, workshops en lezingen, tips & tricks.

De Beleefbarometer

Een van de producten van het Beleefinstituut is de Second Opinion Beleefbarometer.

De Beleefbarometer is bedoeld om bestaande plannen en projecten langs de beleeflat te leggen. Onze ervaring met ontwikkeling, realisatie en exploitatie van beleefprojecten en ons oog voor details en verborgen boodschappen, bieden we aan voor het eerlijk en onverschrokken evalueren van plannen, concepten, projecten en programma's. Met collegiaal gevoel voor de bedenkers en de makers en met het kritisch oog van een argeloze bezoeker. De rapportage bestaat uit drie delen:

1. Een eerste indruk van het plan, het concept, het project of het programma;
2. Een evaluatie aan de hand van onze checklist op grond van 40 jaar ervaring;
3. Een advies over gewenste c.q. aanbevolen aanpassingen en verbeteringen.

In de beleefbarometer leggen wij de vinger op de zere plek, maar bevestigen wij tevens de juiste keuzes en uitwerking. We zijn daarbij zowel eerlijk als betrokken en streven samen naar optimalisatie van het plan, concept, project of programma. Met kraakheldere aanbevelingen.

Aanpak en Kosten

- Bedoeld voor: organisaties die een plan of een project willen laten toetsen op belevingswaarde
- Aanpak: intakegesprek; verzamelen van informatie en deskresearch; verkenning van (mogelijkheden tot) inbedding in de bestaande (toeristische) context; eindrapportage: zie bovenstaande.
- Kosten: 3.500 euro (exclusief BTW)
- Tijdspad: 3 weken / spoedprocedure op aanvraag



filmpje
scan QR
of gebruik
[link](#)