



## NIEUWSBRIEF BIG IDEA CONTEST 2008

### AND THE WINNER IS..

Het zit erop. Klaar. Afgelopen. De Big Idea Contest 2008 is officieel ten einde. Maar welke kandidaten hebben gewonnen? Welke ideeën zullen ons licht brengen in deze donkere dagen? We zullen je niet langer in spanning houden.



Interne winnaar is **Maaïke Janssen** - met een bijzondere zelfmaakmodesite - en externe winnaar is **Michiel Jansen**. Zijn idee: een innovatief abonnementenplan.

**Maaïke Janssen** is 35 jaar en woonachtig in Den Haag. Afgestudeerd aan de Koninklijke Academie en Beeldende Kunsten, richting grafische vormgeving. Hierna ingestroomd in het derde jaar van de afdeling Mode en Kleding. En toen al was Maaïke bezig om de mogelijkheid te creëren consumenten hun eigen, customized kleding te laten bestellen. Inmiddels is Maaïke getrouwd en moeder van Lukas (3) en Viktor (7 mnd). Als collega bij Viva zal zij, gezien haar succes bij de BIC, van grote waarde zijn. Wat gaat Maaïke doen met die 2500 euro? SHOPPEN is daarop het antwoord. Maaïke: "Ik vind het een eer dat ik met mijn idee zo in de spotlights sta!"

### Hand Made

Haar idee, de website [handmade.nl](http://handmade.nl), is een website voor zelfmaakmode voor dummies. Op deze site kun je je eigen kledingstuk samenstellen uit allerlei modellen, kragen, boorden, stiksels, enzovoorts.

**Michiel Jansen** is - je zou hem jonger schatten - 35 jaar. Samen met zijn vriendin Eva heeft hij drie kinderen: Anna (6), Joek (4) en Sune (1). Na 35 jaar in Amsterdam gewoond te hebben is Michiel sinds kort verhuisd naar Bloemendaal, wat tot nu toe erg bevalt. Michiel is werkzaam bij het bedrijf Addsup, waar ze marketingprocessen en -producties automatiseren. Deze markt, die nog vrij nieuw en onbekend is, heet 'Marketing Resource Management'.

Michiel is sinds kort strateeg, hoofd productontwikkeling en lid van het management team. Maar naast dit alles zet hij ook regelmatig de vuilnis buiten. Michiel: "Ik doe mee met BIC omdat ik het leuk vind om over vernieuwende marketingconcepten na te denken en de mix van inzendingen van student tot professional tot Sanoma-medewerker is erg verfrissend".

### Switch & Save

Met Switch & Save krijgen klanten de kans om een abonnement aan te gaan met de uitgever in plaats van met een losse titel. Ben je uitgekeken op een titel? Zeg je abonnement niet op, maar switch. Dit concept geeft een nieuwe betekenis aan het begrip schaalvoordeel.

## ZOEK JOUW INSPIRATIE DICHTBIJ

Als je op zoek bent naar inspiratie voor een nieuw magazine, wasmiddel, winkel of website, dan kun je die vaak dichtbij vinden bij merken die jou inspireren. Ga op zoek naar die merken die dezelfde klantbehoefte invullen als jij voor jouw klant wilt invullen. Deze techniek is eigenlijk gebaseerd op Voltaire's geloof: 'Originality is nothing more than smart imitation'.

Dus zoek naar merken buiten jouw categorie die een behoefte invullen die aansluit bij jouw focus. En stel jezelf de vraag: hoe zou merk X een nieuw magazine, wasmiddel, winkel, website creëren?

Zo haalde BLOOM voor Robijn Stralend Wit, met als focus de klantbehoefte aan schoon en mooi wit, veel inspiratie uit Prodent, wat zich vertaalde in het kleurgebruik (blauw/wit), de shining blings op de verpakking en ook de naam Stralend Wit.

Welke merken bieden jou inspiratie?

Inspired by BLOOM ([www.tobloom.nl](http://www.tobloom.nl)). BLOOM helpt merken hun innovatiekracht te vergroten.



## INSTANT INSPIRATIE

De Big Idea Contest 2008 mag dan afgelopen zijn, dat moet je er natuurlijk niet van weerhouden om inspiratie op te doen uit de kleine dingen van het leven. Om je een handje te helpen, hier alvast een goed idee:

"Zet een 'biologische afbreekdatum' op alle producten, van plastic tas tot wasmachine zodat je kunt zien hoe lang het duurt voor iets volledig is afgebroken."  
door Steve Evans, US

Ken je andere mensen die wel wat inspiratie kunnen gebruiken? [Mail deze nieuwsbrief](#) dan snel door!

## INSPIRATIE

*Loesje*

**VOOR  
HET PUBLIEK  
EIGENDOM VAN  
IDEEËN**

[www.loesje.nl](http://www.loesje.nl)

## OJA

Nu mogen we natuurlijk niet de overige finalisten vergeten, dus bij deze een bedankje en een felicitatie. Want Karin Vullings, Marieke Bosma, Stefan Rijmsmus, Lisa Victorian, Louise Hartveld, Nadi van der Heiden, Manon Hendriks, Denise Kruunenberg, Lenny Popelier, Barbara Roelofs en Fleur Vorstenbosch van de 215 inzendingen hebben jullie het wel tot de Top 8 gehaald!

Voor alle finalisten stond dan ook een overvolle goodiebag klaar, een mooie bos bloemen, een jaarabonnement op een Sanoma-blad naar keuze en natuurlijk een lekker glaasje bubbels!

En uiteindelijk rest er natuurlijk nog één vraag...  
Waarom nam "bladendokter" Rob van Vuure de "BLOOSMeiden" meteen mee naar zijn kamer?!

