



Praktijkvoorbeeld 2

De opdrachtgever: Internationale Belgische groep, gespecialiseerd in milieu-technologie rond afvalverbranding en afvalwaterzuivering.

De uitdaging: Meewerken aan het opzetten en uitbouwen van een onafhankelijk internationaal platform rond wetenschap en technologie, een forum waarop alle belangrijke internationale spelers (bedrijfsleven, onderzoekscentra, beleid) elkaar ontmoeten. De onderliggende idee is dat communicatie hierover hard nodig is, te meer omdat de technologische kennis erg versnipperd is en ook de overheid niet meer weet welke de “best available technology” is. Bedrijven zien zich verplicht zich te specialiseren (...) terwijl onderzoekscentra nog te vaak het raden hebben naar de behoeften van de bedrijfswereld. Meteen wilde het bedrijf via deze weg goodwill creëren voor de eigen technologie en deze via dit forum ruimere bekendheid geven. De onafhankelijkheid van het forum gaf de informatie over deze technologie de nodige geloofwaardigheid.

De uitwerking: Blue Turtle Business Partners dankte de opdracht aan zijn grote ervaring met internetmarketing en –communicatie. De praktische uitwerking van het project betrof een platform, beschikbaar via het internet. Op dit virtueel platform ontmoetten academici, bedrijven en overheid (wetgeving) elkaar om te werken en te discussiëren over de meest diverse onderwerpen, voor zover ze met wetenschap en technologie te maken hadden. Door het hoogtechnologische karakter van het project moesten we onze doelgroep zeer nauwkeurig omschrijven en benaderen via een zeer specifieke communicatie. De strategische benadering om het aantal gebruikers (geregistreerde leden) van het platform te doen toenemen hebben we opgesplitst in 3 delen.

Allereerst zorgden we voor een dagelijkse toevoer van wetenschappelijke en technologische informatie, die we op een verantwoorde manier vulgariseerden. Eerst probeerden we de beschikbare ervaring en technologie op een wetenschappelijk verantwoorde, maar toch toegankelijke manier te verwoorden. We wilden met het platform immers zoveel mogelijk mensen aanspreken.

Van zodra de kwaliteit van de inhoud gegarandeerd was, begonnen we met de uitwerking van het marketingplan. We maakten het project via verschillende mediakanalen bekend, om zo de grens tussen de online en de offline informatie zoveel mogelijk te doen vervagen.

We trokken geïnteresseerden aan via partnerships met gerespecteerde wetenschappelijke publicaties. Daarnaast organiseerden wij voor het project een aantal roadshows, meestal gekoppeld aan wetenschappelijke seminars. Zulke roadshows waren zowel in de seminarieruimte als via het internet te volgen, wat onze ledenbasis aanzienlijk uitbreidde. Daarmee was de tweede stap gezet.

De derde stap in het project was die naar de financiële zelfstandigheid van het moederbedrijf. Van zodra er een voldoende brede ledenbasis was opgebouwd, hebben wij de zoektocht naar financiële partners mee opgestart. Tot de partners behoorden grote, gerenommeerde universiteiten. Gesprekken met een grote autoconstructeur en een luchtvaartmaatschappij zijn in een vergevorderd stadium.

Het resultaat: Een virtueel platform dat leeft en waaraan verscheidene belangrijke universiteiten uit binnen- en buitenland (China!) meewerken.

Hebt u vragen of wilt u met één van onze professionals eens van gedachten wisselen?

Contacteer ons vrijblijvend, wij maken graag tijd voor een gesprek.