

YELLOW CATS
INNOVATION LEADERS NETWORK

Eigenschappen mobiel

Mobiel is persoonlijk

Mobiel is permanent bij je

Mobiel staat altijd aan

Mobiel heeft een ingebouwde betalingsmodule

Mobiel is bij je, ook als je een creatieve impuls krijgt

Mobiel kan heel nauwkeurig meten

Mobiel is onderdeel van de context

Mobiel levert je ringtones



Favoriete apps



Context > Content





Overview



Mobile Health Sensors

- Heart rate
- Body temperature
- Blood pressure
- Cholesterol
- Sugar
- Sleep (SleepCycle app)
- Movement
- Chemicals in surrounding
- Outside temperature
- Presence of people
- DNA
- Brain

People as Sensors

Mobile Science

Real-time (Mobile Health Data) Lifelogging and Sharing it on Social Media

Aggregated and anonymous data will be input for Open Innovation

Mobiele services

De tijd van proberen
is voorbij



Mobiele services als onderdeel van de strategie en de organisatie
Groeimodellen
Verdienmodellen

Rabo Bank

Aan de slag

➤ Even voorstellen: wintvelt@vodw.com



Things



ABN AMRO



FD e-paper



Evernote



Hockey

➤ Waarom is mobiel belangrijk?



owned



considered



carried

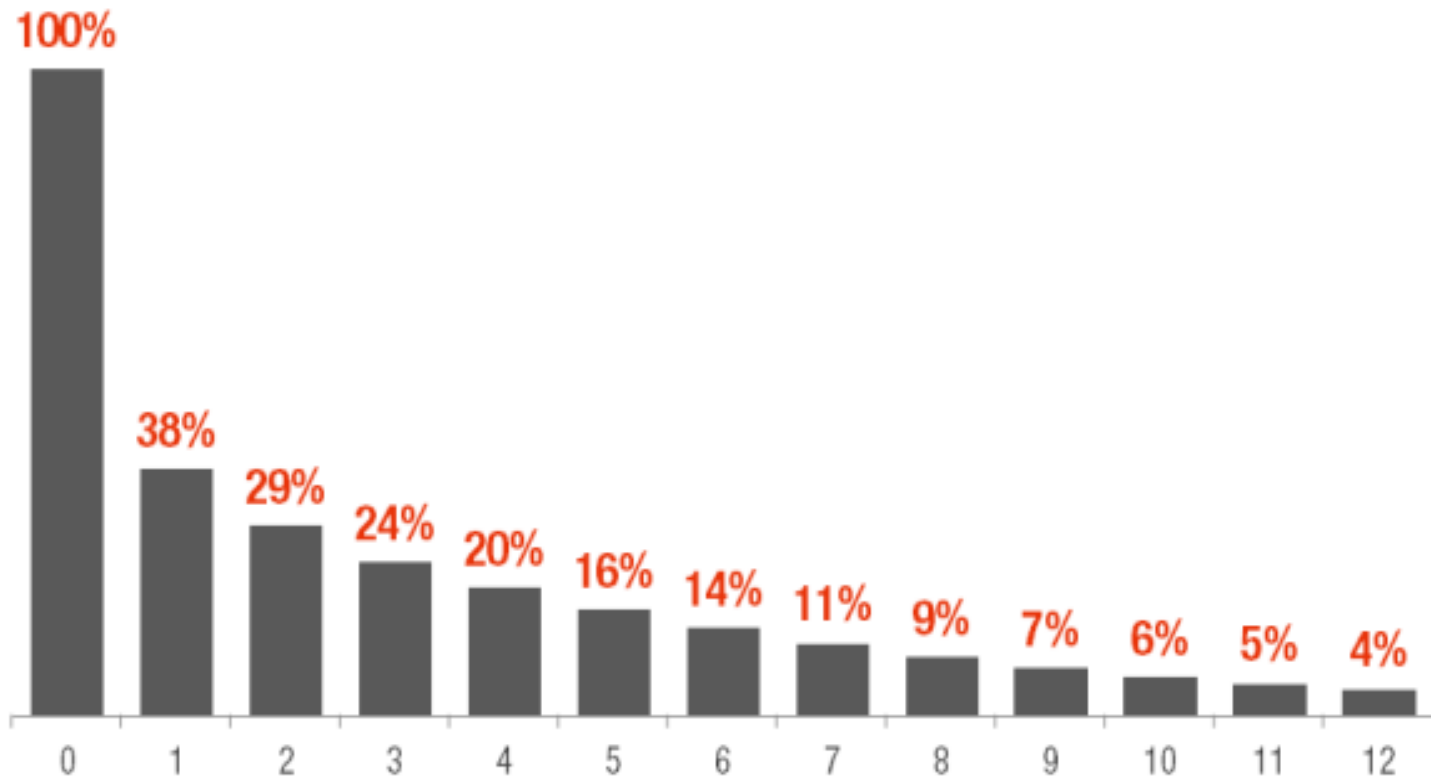


used

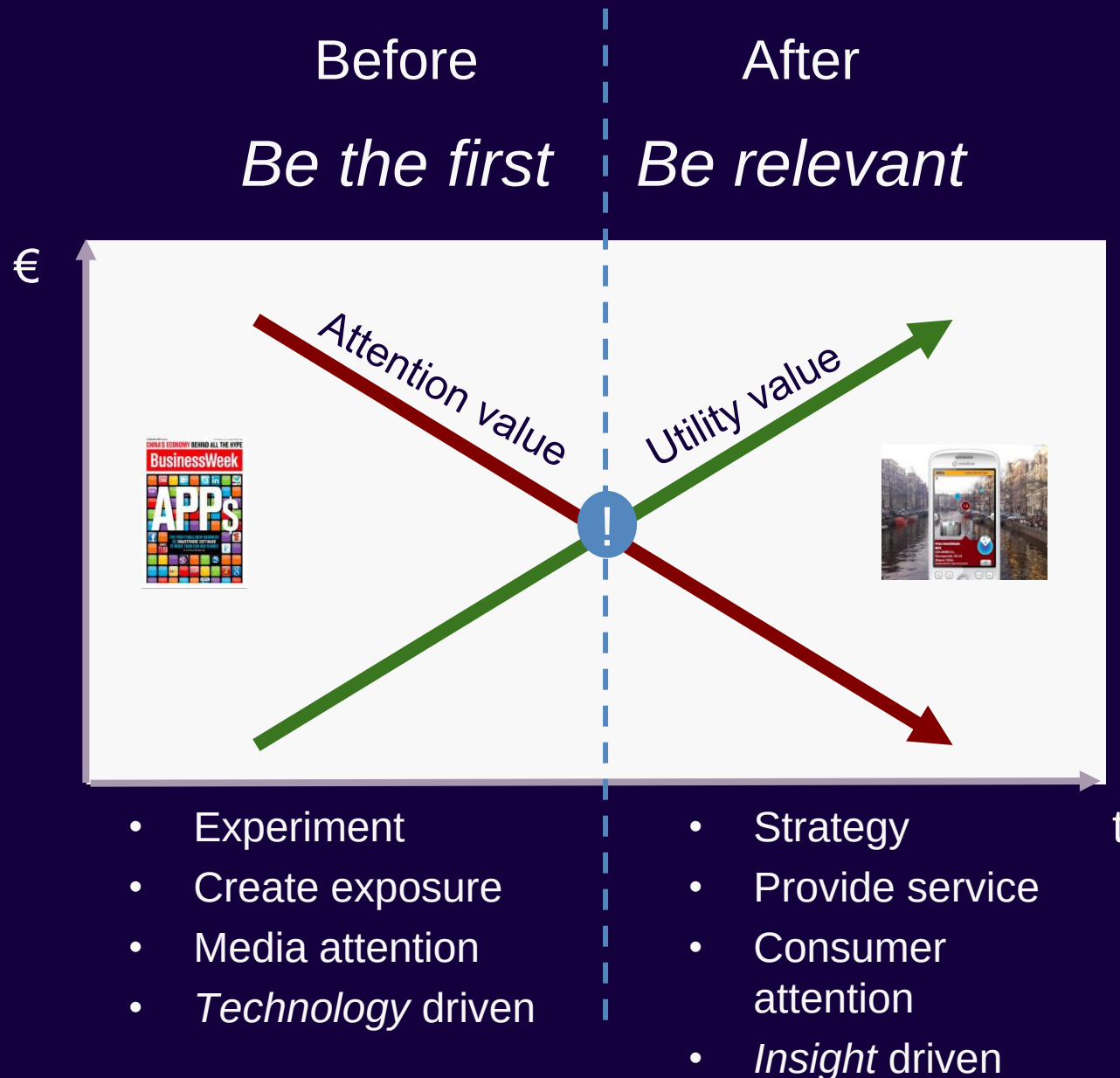
1st thing you check when you wake up
Last thing you check when you go to bed
Within arm's reach 80% of your day

➤ Aandacht vasthouden is de nieuwe uitdaging

iOS & Android App User Retention, Months Since Acquisition (%)



➤ Nu is het omslagpunt voor mobile marketing



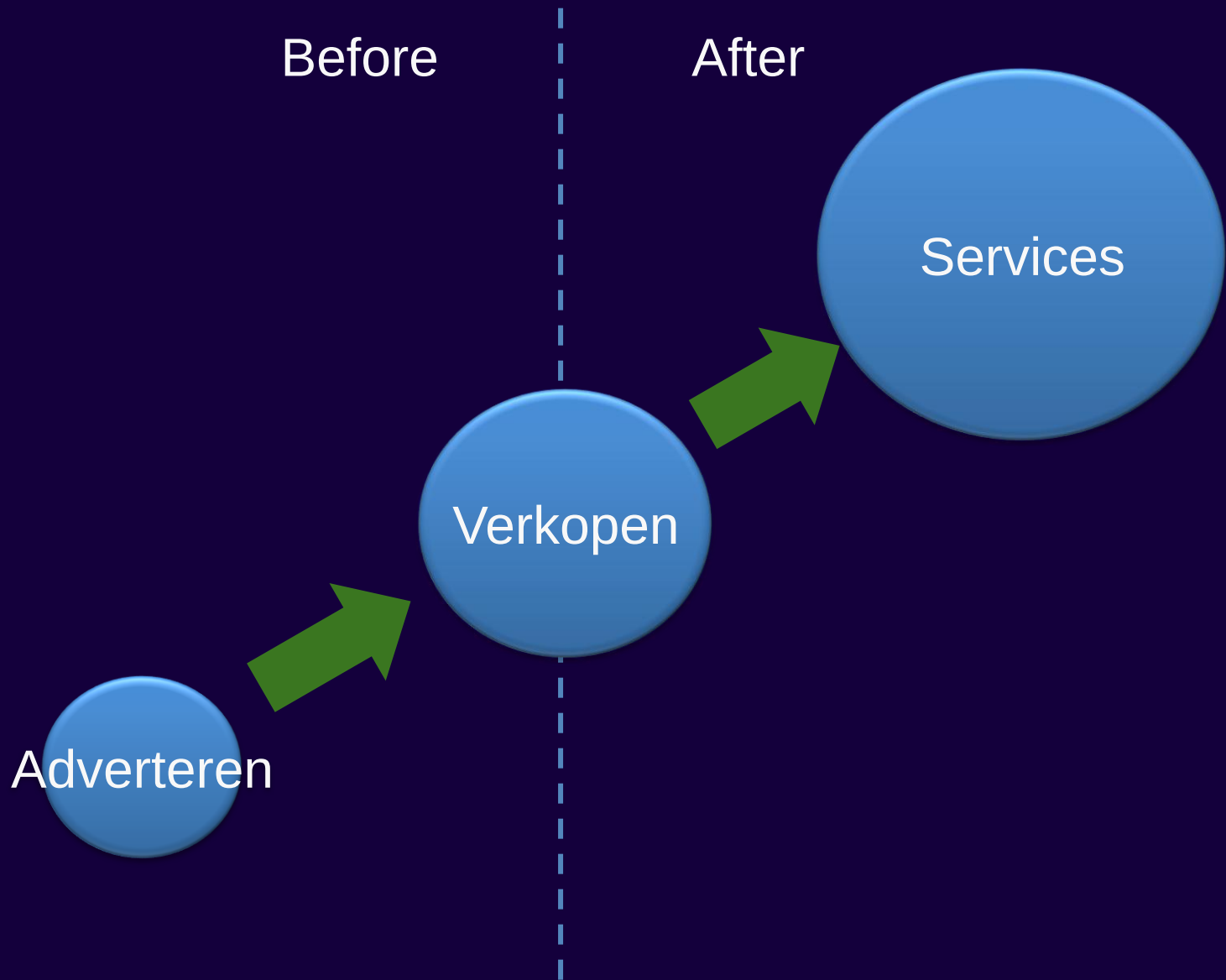
➤ Adverteren



➤ Verkoop



➤ Mobile marketing wordt mobile services





AXA brings print ads to life

to launch Belgium's first iPhone insurance app.

Check movie on: <http://www.youtube.com/watch?v=9ohhf0p8CFM&feature=related>



➤ Mobiele propositie en organisatie

- Segmentatie
- Belofte en bewijsvoering
- Producten en diensten
- Bedieningsconcepten

Wat?

Propositie



Hoe?

Organisatie

- Verantwoordelijkheden en structuur
- Vaardigheden
- Resources en partners
- Processen en systemen
- Roadmap

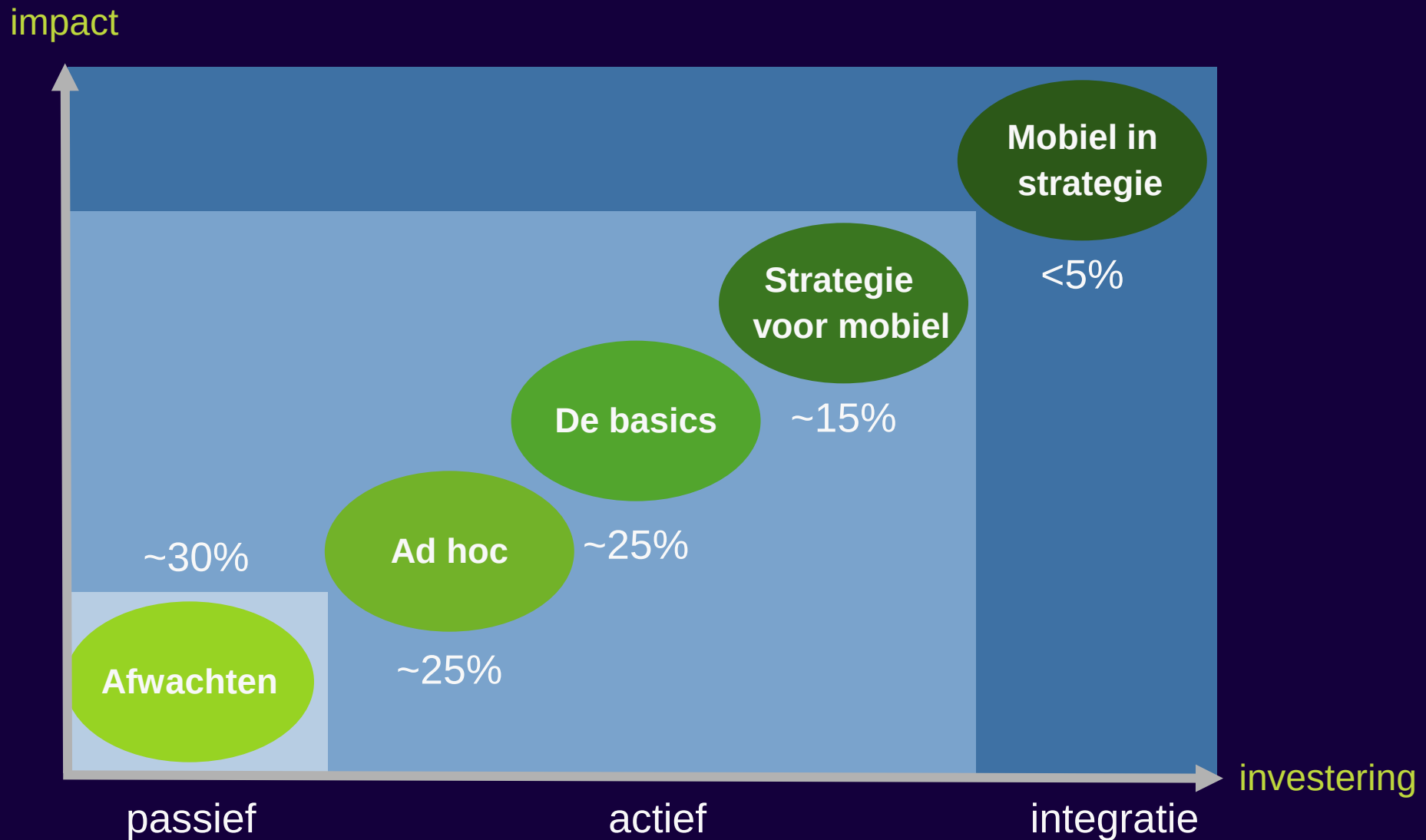
➤ Volgen uit mobiele strategie



➤ Mobiele strategie moet passen in bedrijfsstrategie



➤ Waar staat uw onderneming?



➤ Vier mobiele basisstrategieën

Defensief

Risico
Efficiency

Offensief

Kans
Investering

Buiten de kern

Nieuwe diensten en oplossingen bieden

‘een (advertentie) medium’



‘kans om nieuwe relevante diensten te bieden’



In de kern

Kernproducten, -processen en -diensten mobiel maken

‘een van de bedieningskanalen’



‘middel om bedrijfsstrategie waar te maken’



‘Whatever you do, do **mobile** first’.



En ook:

- Vanuit **Strategie**
- Meer dan apps
- **Relevant** voor consument
- **Services** naast verkoop

Presentatie David-Jan Janse

Vijf vragen aan tafel

1 Welke strategische prioriteit/ actuele uitdaging?

2 Welke mobiele service-propositie?

3 Wat is het groeipad?

4 Wat is het verdienmodel?

5 Hoe organiseren?

Programma ideeën

1

Innoveren en merkbelevenis; sensualiteit is key

2

Grenzeloos innoveren – co-creatie 2.0

3

Futurizing the (virtual) world

4

Breng de klant tot leven!
Van klantinzicht naar klantgezicht

5

Duurzaam ondernemen:
van zero naar positive impact

6

Tegen de stroom
inzwemmen: wie durft?

7

Service design: hoe creëer je
de ultieme beleving?

8

Yellow Cats Inspiratie
Tour

9

Innovation leadership
Wat kunnen we leren van
Steve Jobs?

10

Ethiek en innoveren
Waar ligt jouw grens?

Programma ideeën

11

Zomergasten: inspiratie voor innovatie
Filmavond

12

Groeien waar anderen stilstaan
Wat kunnen we leren van onstuimige groeiers en
welke groeimodellen kunnen we toepassen?

13

14

15