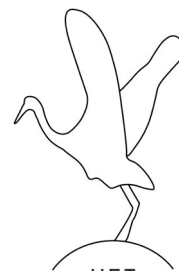


# BELEEFBELEID

## TOTAL SCAN BELEEFPOTENTIE



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.

### Het Beleefbeleid

Een van de producten van het Beleefinstituut is het Total Scan Beleefbeleid.

Het Beleefbeleid is bedoeld voor relevante maatschappelijke thema's, commerciële en niet-commerciële sectoren en/of landelijke vraagstukken op het gebied van onder meer bewustwording, draagvlakvorming en educatie. De rapportage bestaat uit vijf delen:

1. Grondige analyse van de thematiek c.q. het vraagstuk;
2. Verkenning van beleefpotentie en vaststelling van communicatie- en exploitatie doelen;
3. Storyline (wat is de boodschap) en Gloryline (wat heeft de doelgroep er aan);
4. Richtinggevende creatieve invullingen met visualisaties;
5. Realisatieplan met plan van aanpak, budgetindicatie(s) en checklist conceptbewaking.

In het Beleefbeleid gaan wij dieper in op alle do's & don't's en leggen de uitwerking langs de lat van onze jarenlange ervaring. De richtinggevende creatieve invullingen zijn bedoeld om het aanbevolen beleid te visualiseren, niet zondermeer als concept voor daadwerkelijke realisatie.

### Aanpak en Kosten

- Bedoeld voor: onder andere specifieke sectoren, overheidsorganisaties, bedrijven, stichtingen, maatschappelijke organisaties
- Aanpak: intakegesprek; locatiebezoek; verzamelen van informatie en deskresearch; verkenning van (mogelijkheden tot) inbedding in de bestaande toeristische context;
- Rapportage: zie bovenstaande.
- Kosten: 37.500 euro (exclusief BTW)
- Tijdspad: 3 maanden / spoedprocedure op aanvraag

filmpje  
scan QR  
of gebruik  
[link](#)

