

Onderbouwing en achtergrond //////////////



Onderbouwing gekozen concept

Bij de keuze van het concept hebben we ons laten leiden door de voor- en nadelen die social networks bieden. We hebben gekozen om in eerste instantie via een advertentie het eerste contact te hebben met de speler. Deze advertentie kan op verschillende platforms worden geplaatst, zonder dat men gebonden is aan technische randvoorwaarden waar uitgebreide programmeerkennis voor nodig is (het geval bij Facebook API), men toestemming moet hebben om een widget te plaatsen (Hyves) of de API er nog niet is (Linkedin). Door te kiezen voor een aparte BRANDit website, waar het spel wordt gespeeld, hebben we meer creatieve ruimte om van het spel echt iets leuk te maken en het onafhankelijk te laten draaien. Bovendien wordt BRANDit op zich een community, waar mensen hun status kunnen zien en hun eigen brands kunnen bijhouden. Door een BRANDit widget te plaatsen op een social community kan er in de tweede plaats extra traffic worden gegenereerd naar de website zelf.

Onderbouwing gekozen platforms

Facebook

Facebook heeft een eigen vaste plaats waar advertenties worden geplaatst. De informatie die in het profiel staat van de speler, wordt gebruikt om een toegespitste advertentie aan te bieden. Dit is de eerste keer dat de speler in contact komt met BRANDit. In tweede instantie kan er via een persoonlijke BRANDit widget meer traffic gegenereerd worden. Op die manier wordt gebruik gemaakt van het netwerk dat Facebook aanbiedt. Er is overduidelijk niet voor gekozen om via een Facebook API te werken, omdat dit vrij diepe programmeerkennis vereist en wij dit niet kunnen aanbieden als CMD'ers.

Hyves

Hyves is het populairste social netwerk in Nederland, en is daarom niet weg te denken als platform voor ons BRANDit concept. In tegenstelling tot Facebook, wordt er bij Hyves enorm veel aandacht geschonken aan de merken die horen bij een bepaalde persoon. Men kan zelf op de profielpagina de merken die het meeste bij de persoon passen publiceren via een aparte DIV. Om zelf een BRANDit DIV te kunnen publiceren via Hyves, moet eerst toestemming gegeven zijn vanuit Hyves zelf. Dit is een mogelijke optie, maar interessanter is dat er misschien een eventuele samenwerking kan zijn tussen de huidige, reeds gepubliceerde merken DIV, en het spel BRANDit.

Linkedin

Linkedin geeft op dit moment nog geen mogelijkheid om zelf een API te bouwen. Wat naar de toekomst wel interessant zou kunnen zijn, is de BRANDit widget implementeren in de profielpagina, om zo meerwaarde te geven aan bijvoorbeeld de functie die je uitoefent. Ook kan gekeken worden naar de rol die BRANDit kan spelen bij groups. Zo kan er geadverteerd worden op group pagina's die affiniteit hebben met visual awareness, sound awareness of marketing.

Digg & Delicious

Digg en delicious zijn websites waar mensen hun favoriete links kunnen bijhouden. Door de mogelijkheid te geven om de URL/link van de BRANDit website hier op te zetten, geef je de kans aan mensen die in je netwerk zitten de BRANDit website ook te ontdekken.

Welke aspecten maakt de gadget uitnodigend/aantrekkelijk?

In eerste instantie wordt er gebruik gemaakt van de eigen input van de gebruiker.

Door hier op in te spelen wordt de aandacht van de gebruiker meer getrokken dan normaal.

Door de dynamische, interactieve en videoachtige manier van spelen, wordt de gebruiker aangemoedigd om mee te spelen aan het spel. De persoonlijke quizmaster die je aanmoedigt bij een fout antwoord of je complimenteert bij een goed antwoord geeft je dat extra duwtje in de rug.

Door het winnen van credits en het kunnen kiezen uit cadeaus, zorgen we ervoor dat de speler zoveel mogelijk het spel wilt spelen. Hierdoor worden veel data verzameld. Door te kunnen exporteren naar social platforms, kunnen vrienden worden uitgenodigd/uitgedaagd, wat de traffic en activiteit op de BRANDit website verhoogd. Er ontstaat dan als het ware een competitie gevoel en/of *show off* gevoel, een element dat eigen is aan social communities.

Wie wacht er op ons spel BRANDit?

De doelgroepen van de verschillende gekozen social platforms hebben overeenkomsten en verschillen. Wat overeenkomst betreft zijn het mensen die willen tonen dat ze kennis hebben van bepaalde zaken/merken. Ze hebben eigenbelang bij het spelen/publiceren van het spel BRANDit. Ze willen tonen hoe goed ze zijn in hun vak, hoeveel beter ze zijn dan hun vrienden of willen iets winnen. Het betreft mensen die sowieso erg actief zijn op social platforms en gebruik maken van de mogelijkheden die dit biedt.

Hoe gaat de gadget worden ingezet?

Zie concept document.