

# Sound Design // Studio Dumbar

## //////////////////////////////////// BRANDit

---

### **DOEL // BRANDit**

Business: genereren data voor vergelijkingen, creëren van sound design awareness.  
Gebruiker: CREDit sparen, korting krijgen, pronken met kennis.

### **TOOL // BRAND TRACKING**

Het concept is gebaseerd op brand tracking in social media, wat de basis vormt van het spel BRANDit.

### **FASE I // B2C**

Indien iemand schrijft over een bepaald merk op een social media platform (blog, social network, chatruimtes etc.) wordt er, via de brand tracking tool, een advertentie gestuurd naar de betreffende schrijver mbt tot het geschreven onderwerp. De advertentie verschijnt op de voorziene advertentieruimtes van het desbetreffend social medium. Dit is de eerste fase van het proces, dat vanuit de business naar de consument werkt (B2C).

#### ***Praktijkvoorbeeld***

*Ik ben member op facebook en word lid van de Nokia 6200 fanclub (group op Facebook). Via de Brand tracking tool kan men dus weten dat ik iets heb met Nokia 6200. Op basis van dit gegeven wordt er de volgende keer bij mijn bezoek aan facebook, op de daar voorziene advertentieruimte (attention), een advertentie getoond over het spelletje BRANDit dat te maken heeft met Nokia 6200. De kans is groot dat ik op de advertentie klik, aangezien die persoonlijk toegespitst is op mijn recente activiteiten/interesses (interest). In de advertentie moet de beloning (desire) al duidelijk zijn, om zo te zorgen dat ik actie onderneem (action).*

Op eenzelfde manier kan er uit verschillende social media data worden getrokken die kan gebruikt worden, om op een directe manier te marketen.  
De gebruiker geeft dan als het ware de eerste zet tot het starten van BRANDit.

### **FASE II // B2B**

In een tweede fase wordt er gebruik gemaakt van de kracht van een social media en social networks. Het vermelden van fase I op iemands blog of profielpagina leidt tot het verspreiden van het spel tussen "friends". Friends kunnen op de widget van het spel klikken en zo bekend geraken met BRANDit. In dit geval speelt de brand tracking tool weer zijn belangrijke rol. Hij trekt data uit het profiel van die friend om die te gebruiken bij het eerste spel/contact met BRANDit. Gebruikers kunnen na het spelen van BRANDit op hun profielpagina hun status en gewonnen credits laten zien aan anderen. Op deze manier wordt er ingespeeld op het "gezien worden" aspect van een social medium.

De gebruiker wil immers tonen dat hij in iets goed is, bijvoorbeeld het kennen van “zijn” brands. De gebruiker kan ook ten alle tijde zijn friends uitnodigen/uitdagen om mee te doen.

### **Praktijkvoorbeeld**

*Ik ben Leni, een vriendin van Sofie, en we zijn niet alleen vrienden in het echt, we zitten ook samen op Facebook. Ik en Sofie gaan vaak samen uit en houden wel van een drankje. Ik zie in mijn “notifications” dat zij het spelletje BRANDit heeft gespeeld met als kennisdomein “hot shots”. Ze heeft daarbij heel wat credits gespaard en vraagt nu ook dat ik meedoe. Als ik haar kan verslaan dan maak ik kans op een kaartje in de leukste club van Amsterdam met bijhorend rondje Bacardi Mojito’s. Zo’n kans laat ik niet liggen! Ik klik op haar BRANDit widget en start het “hot shots” spel. Ik speel het spel en heb uiteindelijk een hogere score dan Sofie! Ik heb heel wat credits gewonnen en kan kiezen uit een hele catalogus met kortingen op, in mijn geval, drankjes zoals Bacardi, Fiero, Martini en Baileys. Als ik bovendien nog eens twintig vrienden uitnodig om dit spel te spelen, dan krijg ik nog vijf credits bij en kan ik die extra korting krijgen. Of ik kan meedoen met een ander spelletje BRANDit en nog extra credits bijverdienen om het avondje uit te winnen. Ik beslis van extra vrienden uit te nodigen en nog een extra spelletje te spelen. Deze keer is het niet “hot shots”, maar “Interneppen”. Dit spelletje vind ik ook leuk, want het is gebaseerd op mijn beroep, webdesigner. Ik speel het spel, en win zomeer eens het maximaal aantal credits! Fier zorg ik ervoor dat ik de widget met mijn score op mijn facebook profiel plaats en ga daarna kijken welke kortingen ik kan krijgen op de aanbieders van het spel “Interneppen”.*

### **BRANDit // PLATFORM**

Het BRANDit platform is een website dat onafhankelijk op zichzelf staat.

Gebruikers komen via advertenties op social media (voor de eerste keer) in aanraking met de BRANDit website.

Op de website heeft de gebruiker een eigen **profiel** waar alles wordt bijgehouden wat hij ooit op de site heeft gedaan. Zo heeft hij zijn eigen verzameling **favourite brands**, kan je zijn **aantal credits** bekijken, kijken in welke brands hij **het beste is** en hoe hij tov zijn **vrienden** staat qua kennis.

Op de website kan je een **catalogus** terugvinden, die bestaat uit kortingsbonnen of andere prijzen. Je kan deze prijzen “kopen” tegen het inruilen van credits. In de catalogus zijn merken die gebaseerd zijn op de data uit jouw social media profiel.

Op die manier kan je prijzen winnen waar je ook iets aan hebt.

### **BRANDit // APP**

Het spel BRANDit bestaat uit twee delen. Het eerste deel bestaat uit één spel: MATCHit! Het tweede deel bestaat uit drie spellen: MATCHit, SNAPit, TUNEit.

Het eerste deel moet altijd eerst doorlopen worden vooraleer er naar deel twee kan worden gegaan. In deel twee kan de gebruiker kiezen uit de drie spellen, welke hij/zij wil spelen.

**MATCHit:** dit spel is gebaseerd op de data die is getrokken uit het profiel van de gebruiker. Bij dit spel krijgt de gebruiker een visueel element voorgeschoteld (gekoppeld aan een specifieke data uit zijn profiel), waar hij de juiste merknaam aan moet koppelen. Dit spelletje is dus gebaseerd op VISUAL AWARENESS.

**SNAPit:** dit spel is gebaseerd een plaatje dat de gebruiker zelf maakt en upload naar de BRANDit website. Dit kan door middel van de PC of de mobiel. Na het uploaden van het

plaatje krijgt de gebruiker drie geluiden voorgeschoteld, waar hij een keuze uit moet maken. Het upgeloade plaatje moet passen bij het geluid. Dit spel is gebaseerd op SOUND AWARENESS & VISUAL AWARENESS.

**TUNEit:** dit spel is gebaseerd op een alternatieve versie van een geluid. Je kan hierbij denken aan het neuriën, het “mmmmmm”, het fluiten of het “lalalala” van een geluid. Gebruikers nemen dit geluid op via pc of mobiel en uploaden het naar de BRANDit website. Ze krijgen op basis van dit een lijstje met merknamen te zien. Ze moeten dan de juiste merknaam kiezen. Dit spel is gebaseerd op SOUND AWARENESS.

#### **NETWORKS // SPREADit**

In eerste instantie kan het BRANDit spel geïmplementeerd worden in de vier grootste netwerken in Nederland: Facebook, Hyves, LinkedIn en Myspace.

---

Noot: Het lied van Daft Punk kan worden gebruikt als tune voor de BRANDit website.  
De woorden kunnen worden veranderd in : MATCHit, SNAPit, TUNEit, CREDIT ☺