



Rabobank

Hoe kan social media startende ondernemers helpen een bedrijf te starten?



Deadline: 18 oktober 2009

Prijzengeld: €5000,-

Introductie Rabobank

Jaarlijks kiezen vele tienduizenden startende ondernemers en Zelfstandigen Zonder Personeel (ZZP'ers zijn ondernemers die geen personeel in dienst hebben. Bijvoorbeeld een freelancer) voor de Rabobank als partner bij het starten van hun onderneming. Rabobank bekleedt daarmee al jaren de nummer 1 positie als het gaat om het adviseren, begeleiden en financieren van starters. In onze vestigingen staan kennis van de lokale markt en betrokkenheid bij lokale netwerken centraal. Daardoor zijn we in staat om starters precies die informatie en ondersteuning te bieden waar ze behoefte aan hebben. Rabobank is tenslotte een cooperatie waarbij niet aandeelhouderswaarde maar klantwaarde centraal staat. Dit uitgangspunt maakt dat we al meer dan honderd jaar een fundamenteel andere werkwijze hebben dan sommige andere banken: een werkwijze die ons ons huidige marktleiderschap heeft opgeleverd.

Rabobank & startende ondernemers en ZZP'ers

Rabobank is een cooperatie die bestaat uit meer dan 150 zelfstandige banken met ieder hun eigen historie en lokale marktpositie. Iedere Rabobank heeft relaties met de grootste ondernemersnetwerken in de omgeving en levert vaak actief een bijdrage aan de activiteiten van die ondernemersverenigingen. Mede hierdoor beschikken de lokale banken over een hecht netwerk. In die netwerken is veel kennis aanwezig over waar je op moet letten als je in een specifieke regio een bedrijf wilt starten. En minstens net zo belangrijk: er is veel bereidheid om die kennis met anderen te delen. Het vinden van juist die informatie waar je als (oriënterende) starter naar op zoek bent is echter niet altijd gemakkelijk. Mede hierom start een groot aantal banken binnenkort met een eigen 'starterscommunity' gericht op startende ondernemers. Zo'n starterscommunity – zie <http://www.utrecht.rabostarterscommunity.nl> – bevat ondermeer een forum waarop startende ondernemers vragen kunnen stellen aan elkaar en aan de bank.

Aanleiding van de Battle

Nog niet zo heel lang geleden was het gebruikelijk om ruim voor het starten van een onderneming contact met een bank op te nemen om te gaan praten over de voorbereidingen rondom de start. Die tijd is definitief voorbij. Startende ondernemers en ZZP'ers oriënteren zich vandaag de dag meestal via internet als het gaat om het starten van hun onderneming. Het grote voordeel van deze ontwikkeling is dat starters steeds beter voorbereid bij een bank komen als ze van plan zijn om voor zichzelf te gaan beginnen. De websites die hierover op internet te vinden zijn kunnen helpen bij het schrijven van een ondernemingsplan, bij het in kaart brengen van de belangrijkste sterkten en zwaktes en bij het goed inschatten van marktkansen.

Tegelijkertijd zijn veel van deze hulpmiddelen vanuit het perspectief van een aanbieder geschreven en laten ze waardevolle invalshoeken onbelicht. Het inzicht is dat starters die zelf een oplossing hebben gevonden voor een probleem dat graag willen delen met andere starters die in dezelfde positie (achtergrond, branche, regio) zitten als zij.

Social media

De laatste jaren zijn social media (websites waarbij gebruikers zonder tussenkomst van een professionele redactie de inhoud verzorgen) sterk in opkomst. De invloed van deze social media wordt steeds groter en mensen laten zich steeds vaker via een social media site informeren en adviseren in hun (aankoop)gedrag. Rabobank is erg actief op het gebied van social media. We zijn actief op alle belangrijke social media websites en doen veel ervaring op met de kansen die deze media onze klanten kunnen bieden.

In deze Battle gaat het er om dat we willen ontdekken hoe we slim gebruik kunnen maken van social media om startende ondernemers en ZZP'ers elkaar te kunnen laten helpen bij het starten van hun onderneming. We zoeken een oplossing waarbij:

- de sterkste punten van de populairste social media sites - ondermeer LinkedIn, Twitter, Facebook, Hyves, Slideshare, YouTube - worden benut (elke site heeft haar eigen unieke kwaliteiten);

- rekening wordt gehouden met de grote diversiteit in de groep startende ondernemers en ZZP'ers;
- we een bijdrage kunnen leveren aan het succes van onze starterscommunities (door bijvoorbeeld te stimuleren dat starters zich daar gaan registreren)
- de Rabobank herkenbaar is tijdens deze onderlinge advisering.

Elke starter is uniek

Iedere startende ondernemer of ZZP'er is uniek. De onzekerheid en de vragen die om de hoek komen kijken tijdens de oriëntatiefase verschillen dan ook van starter tot starter:

- Er zijn starters die een vaste baan hebben en deze willen opgeven om zich fulltime te kunnen richten op het starten van een bedrijf. Hun informatiebehoefte kan bijvoorbeeld gaan over de financiële consequenties van dat besluit voor het gezin.
- Er zijn starters die een bedrijf starten door een ander bedrijf over te nemen. Hun informatiebehoefte kan bijvoorbeeld gaan over de financiering van zo'n overname.
- Er zijn starters die zich afvragen wat de risico's van internationaal zakendoen zijn en hoe ze zich voor die risico's kunnen verzekeren.

Juist doordat de verscheidenheid aan vragen bij starters groot is, voldoet statische informatie op een website niet.

Hoe benutten we de kracht van social media om startende ondernemers en ZZP'ers elkaar te laten adviseren over de vragen die ze hebben rondom de start van hun bedrijf?



De Battle

We zijn op zoek naar een hele laagdrempelige manier voor starters om vragen te kunnen stellen aan elkaar en antwoord te krijgen van elkaar, 24 uur per dag, 7 dagen per week. De actualiteit van Twitter, de loyale netwerken in LinkedIn, het bereik van Hyves, de informatie in Slideshare, YouTube, etc. zullen bij voorkeur allemaal worden benut en aan elkaar worden verbonden.

We zijn op zoek naar innovatieve concepten die vooral gebruik maken van de kracht van de social media die er al is, en de informatieuitwisseling via en tussen deze netwerken laten plaatsvinden.

We zijn op zoek naar innovatieve concepten die informatie, die via social media sites wordt uitgewisseld, op een logische manier aan elkaar verbindt en waar het merk Rabobank aan kan worden gekoppeld.

Jouw concept kan tevens snel en gemakkelijk worden uitgevoerd zonder dat het met een grote marketingcampagne moet worden geïntroduceerd. We zien liever een initiatief dat vanuit zichzelf langzaam groeit dan een initiatief dat we zelf voortdurend moeten pushen.

We zijn niet op zoek naar:

- een nieuwe website, een nieuw forum of een nieuwe community.
- We zijn ook niet op zoek naar een uitbreiding op onze bestaande website. We willen vooral gebruik maken van de kracht van de social media die er al is en de informatieuitwisseling via en tussen deze netwerken laten plaatsvinden.
- Op onze huidige website zijn in principe ook geen mogelijkheden voor integratie van nieuwe diensten/toepassingen.

Jouw Concept

Houd bij het uitwerken van je concept rekening met de volgende voorwaarden:

- Je concept mag maximaal 5 A4 beslaan. Wanneer je dit aantal overschrijdt, zullen er punten in mindering worden gebracht.
- Je concept bestaat uit één bestand (Word / PDF)
- Het bestand is maximaal 10 MB groot. Grotere bestanden kunnen niet worden geüpload
- Houd er rekening mee dat je concept wordt uitgeprint. Dus gebruik geen zwarte achtergrond en voorkom dat onderdelen van je concept wegvallen bij het printen. Dit kun je voorkomen door je concept als PDF in te leveren.
- Eventuele afbeeldingen en/of visualisaties om je idee te verduidelijken zijn welkom (overigens niet verplicht) maar dienen in je concept verwerkt te worden
- Het is niet toegestaan om persoonlijke gegevens zoals naam en studiegegevens in je concept te verwerken. Het concept wordt automatisch voorzien van een unieke code en een digitale tijdstempel. Concepten die wel persoonlijke gegevens bevatten kunnen, worden uitgesloten van het winnen van prijzengeld.

In je concept vragen wij je de volgende onderdelen uit te werken:

Onderdeel 1: Omgevingsverkenning (max. 1 A4)

A: Welke online netwerken en social media zijn geschikt voor het:

- stellen van vragen
- beantwoorden van vragen
- uitwisselen en vinden van informatie

B: Hoe zou je binnen deze online netwerken en social media kunnen categoriseren (fase, leeftijd, branche, locatie, etc.) die past bij welke informatiebehoefte van de startende ondernemer?

Onderdeel 2: Jouw Concept (max. 4 A4)

Bedenk een innovatief concept waardoor online netwerken (en/of groepen binnen online netwerken), social media en informatiestromen aan elkaar gelinkt worden zodat startende ondernemers met een unieke informatiebehoefte snel en gemakkelijk door andere ondernemers op de juiste plek worden gewezen. Denk ook na over hoe de informatiebehoefte van een ondernemer op een ander platform kan staan, hoe verbind je de sterke punten van verschillende online platforms?

Jouw concept moet een overkoepeld netwerk vormen bestaande uit verschillende online netwerken (en/of groepen binnen online netwerken) en social media waar startende ondernemers elkaar kunnen adviseren door het stellen van vragen en het geven van antwoorden. Hoe koppel je doelgroepen en vraag en antwoord zo snel mogelijk aan elkaar?

Welke rol kan de Rabobank spelen bij het opzetten van een overkoepelend netwerk? En hoe kan het merk Rabobank worden gekoppeld aan de informatie die via social media sites wordt uitgewisseld?

Beoordelingscriteria

- **Eenvoud:** Het idee is snel door de Rabobank te implementeren en kan door alle soorten starters snel worden benut (ook starters die niet heel actief zijn op of bekend zijn met social media sites).
- **Self supporting:** In principe is tussenkomst van de Rabobank minimaal en groeit het aantal gebruikers vanzelf doordat in de praktijk blijkt dat dit een slimme manier is om antwoord op je vragen te krijgen.
- **Innovatief:** het winnende idee laat zien dat Rabobank verder kijkt dan 1 specifieke social media site. Elke site heeft z'n eigen sterke punten en we willen de verschillende sterke punten van die platforms verbinden.
- **Koppeling aan overige activiteiten van de Rabobank:** Het idee is een prima aanvulling op de lokale en landelijke activiteiten van de Rabobank in de startersmarkt.

Voorwaarden, spelregels en prijzengeld

- Je kunt uitsluitend via de website van Battle of Concepts aan deze Rabobank Battle deelnemen. Dit doe je door je concept op de site van Battle of Concepts te uploaden. Om je concept te kunnen uploaden moet je eerst een 'Battle account' aanmaken.
- Je concept dient uiterlijk 18-10-2009 te zijn ontvangen.
- Met de inzending van het concept ga je ermee akkoord dat het juridisch eigendom van je concept overgaat naar Rabobank. Wanneer je hier niet mee akkoord gaat, is deelname aan deze Battle niet mogelijk.
- Je krijgt direct een bevestiging van Battle of Concepts als je concept succesvol is verzonden.
- De Battle is exclusief voor studenten (HBO en WO t/m 30 jaar) en Young Professionals (afgestudeerd HBO en WO t/m 30 jaar).
- Je concept wordt anoniem doorgestuurd zodat kan worden uitgesloten dat de jury bepaalde deelnemers zou kunnen voortrekken.
- Het is niet toegestaan om persoonlijke gegevens zoals naam en studiegegevens in je concept te verwerken. Je concept wordt automatisch voorzien van een unieke code en een digitale tijdstempel. Concepten die wel over persoonlijke gegevens beschikken kunnen worden uitgesloten voor het winnen van prijzengeld.
- Het prijzengeld is in totaal 5.000 euro en wordt verdeeld volgens de standaardverdeelsleutel:
 - 1e prijs 1.500 euro
 - 2e prijs 750 euro
 - 3e prijs 350 euro
 - nrs. 4 t/m 10 prijs 200 euro
 - nrs. 11 t/m 20 prijs 100 euro
- Er kan niet over de uitslag van deze Battle worden gecorrespondeerd.
- Deelnemers kunnen ook in groepjes meedoen. Er is een hoofddeelnemer aan wie het prijzengeld wordt uitgekeerd. De punten worden gelijkmatig verdeeld over de groepsleden. Alle groepsleden dienen zich in te schrijven i.v.m. uitnodigingen voor een eventuele prijsuitreiking/brainstormsessie.
- Medewerkers van Rabobank zijn uitgesloten van deelname.
- De uitslag van de Battle zal uiterlijk vier weken na de uiterste inzenddatum bekend worden gemaakt.
- Het prijzengeld zal uiterlijk twee weken na de bekendmaking van de uitslag aan de winnaars worden uitgekeerd.