



DRAAIBOEK

CIRCULAIR BUSINESSMODEL INNOVATIE





DIT DRAAIBOEK GEEFT U ENKELE
CONCRETE HANDVATEN OM
EEN COCREATIETRAJECT OP
TE ZETTEN MET BEDRIJVEN EN
ONDERNEMERS, OM ZO CIRCULAIRE
BUSINESSMODEL INNOVATIE TE
STIMULEREN.

Inhoud

1. Waarom dit cocreatietraject?	3
2. Verloop traject	4
3. Algemene principes	5
4. Detailprogramma cocreatietraject	6
4.1. Promotie	6
4.2. Kick-offevent	7
4.3. Voorbereiding cocreatietraject	8
4.4. Intakegesprekken met deelnemers	9
4.5. De cocreatiesessies	10
4.5.1. Inspiratiemoment & cocreatieworkshop 1	11
4.5.2. Cocreatieworkshop 2	15
4.5.3. Cocreatieworkshop 3	17
4.6. Evaluatie cocreatietraject	19
4.7. Slotevent	20
5. Bijlagen	21
5.1. Promotiemateriaal	21
5.2. Materiaal inspiratieontbijt & cocreatieworkshop 1	23
5.3. Materiaal cocreatieworkshop 2	25
5.4. Evaluatiemateriaal	



1.

Waarom dit cocreatietraject?

Velen beschouwen de transitie naar een meer circulaire economie als noodzakelijk. En hoewel bedrijven en ondernemers als de spil van deze transitie worden gezien, is het vaak heel wat minder duidelijk hoe zij een circulair model in de praktijk dienen te brengen. Het doel van ondernemingen is immers om naast circulaire ook financiële waarde te blijven genereren en beiden lijken soms onvereenigbaar. Dit draaiboek bevat een reeks workshops. Deze hebben als doel ondernemers die de circulaire switch willen maken te ondersteunen bij de ontwikkeling en uitrol van een businessmodel dat hiervoor geschikt is. Door de reeks sectorspecifiek in te richten kunnen praktijkvoorbeelden aangehaald worden die relevant en herkenbaar zijn voor de deelnemers, wat de kans op constructieve onderlinge interactie vergroot.

Aan het einde van het driedelige traject zullen de deelnemende ondernemers een duidelijk beeld hebben van de strategieën voor circulaire waardecreatie die potentieel bieden binnen hun specifieke context, maar ook welke verdienmodellen hen toelaten deze strategieën te implementeren terwijl er waarde wordt gegenereerd voor de klant. Daarnaast zullen ze inzicht hebben verworven in de cruciale rol van partnerschappen en de randvoorwaarden waar ze mee te maken krijgen bij de uitrol van een circulair model. Voorbeelden hiervan zijn de beperkingen en opportuniteiten van het heersende juridische kader en bij het bekomen van geschikte financiering.

Het debat hierover zal aan de hand van inspirerende praktijkvoorbeelden en via cocreatie tot stand komen. Dit niet enkel tussen de begeleiders en de deelnemers, maar ook tussen de deelnemers onderling. Ze kunnen ervaringen, plannen en bedenkingen delen. Zo leren ze niet enkel van de begeleiders maar ook van elkaar, en kunnen er synergiën en mogelijks zelfs nieuwe partnerschappen ontstaan. Door te mikken op een tiental deelnemers wordt een aangenaam niveau van interactie gegarandeerd. En omdat er voldoende tijd zit tussen de drie workshops, krijgen de deelnemers de kans om ook buiten de sessies met de opgedane kennis aan de slag te gaan, zowel intern als buiten de eigen organisatie.





2.

Verloop traject

Hieronder wordt het verloop van een cocreatietraject rond circulaire businessmodel innovatie geschetst. De volgende secties lichten elk van de fases nader toe.



Het kick-off- en slotevent zijn beiden als optioneel te verstaan. Wanneer meerdere cocreatietrajecten parallel of na elkaar plaatsvinden, raden wij aan het geheel te omkaderen met deze twee events waar stakeholders uit de beoogde sector mekaar kunnen ontmoeten.



3.

Algemene principes

Doorheen het cocreatietraject staan een aantal **basisprincipes** centraal, dit zowel voor organisatoren als begeleiders van het traject:

- Mik op een tiental deelnemers die het volledige traject volgen, om optimale interactie en continuïteit te garanderen. Om kwalitatieve begeleiding te kunnen bieden zijn twee tot drie begeleiders ideaal. Zo blijft de productiviteit in de groep hoog.
- Schep realistische verwachtingen bij de deelnemers. Dit kan d.m.v. intakegesprekken voor de start van het traject.
- Bewaak tijdens de sessies steeds de vooruitgang en timing.
- Zorg voor een open, toegankelijke en vertrouwelijke setting.
- Moedig ieders bijdrage aan en toon hier waardering voor.
- Voorzie ruimte voor formele en informele interactie, ook tussen de deelnemers onderling.
- Zet ervaring met gelijkaardige trajecten of de specifieke doelgroep maximaal in.
- Probeer een evenwicht te vinden tussen theorie en praktijkoefeningen rond de eigen businesscase.
- Speel in op de noden en vragen van de deelnemersgroep en stuur waar nodig de agenda van de sessies bij.
- Probeer de vragen van deelnemers steeds zo goed mogelijk te beantwoorden, zij het tijdens de sessie zelf of achteraf via mail/telefoon.
- Stimuleer de deelnemers om ook buiten de sessies betrokken te blijven bij het topic en hier actie rond te ondernemen.





Detailprogramma cocreatietraject

4.1.

Promotie



Doelstelling

De beoogde doelgroep en het brede publiek informeren en warm maken voor het cocreatietraject.



Verloop

Promotie van het cocreatietraject kan via verschillende kanalen:

- Communicatie op website organisatoren (voorbeeld zie bijlage 5.1)
- Posts op sociale media zoals bv. LinkedIn (voorbeeld zie bijlage 5.1)
- (Laten) opnemen in nieuwsbrieven
- Direct mailings
- Promotiefilmpje (voorbeeld zie bijlage 5.1)
- Persoonlijke contacten (telefonisch, netwerkmomenten, ...)
- Aankondiging op sectorspecifieke events
- ...



Rollen

N.v.t.



Benodigd materiaal

- Flyers (zie voorbeeld in bijlage 5.1)
- Webpagina met info (zie voorbeeld in bijlage 5.1)
- Presentatie
- One-pager met korte beschrijving
- ...



4.2. Kick-offevent



Doelstelling

- Het project introduceren en de doelstelling toelichten
- Het projectverloop voorstellen



Verloop

Het kick-offevent kan eventueel gekoppeld worden aan een ander event met een gelijkaardige doelgroep:

- Toelichten vanuit welke doelstelling het project is opgestart
- Planning van het project overlopen o.a. start van het eerste traject, aantal sessies, ...
- Kort bespreken welke topics er in de verschillende sessies aan bod zullen komen
- Concreet voorbeeld of case voorleggen
- Toelichten op welke manier er zal gewerkt worden (inspireren, cocreëren, debatteren, reflecteren, ...)
- Concreet meegeven hoe men kan inschrijven voor de inspiratiesessies en het cocreatietraject



Rollen

- Presentator: één persoon die de presentatie geeft



Benodigd materiaal

- Presentatie, laptop
- Op de locatie:
 - Beamer
 - Tafels en stoelen
 - Koffie, thee, frisdrank, ...



4.3. Voorbereiding cocreatietraject



Doelstelling

Afkloppen van de praktische aspecten van het cocreatietraject



Verloop

- Data en timing waarop het cocreatietraject zal plaatsvinden vastleggen
- Locatie waar het cocreatietraject zal plaatsvinden vastleggen en reserveren
- Inhoud, focuspunten, cases, strategieën vastleggen die in het traject aan bod zullen komen
- Eventuele gastsprekers contacteren. Focus op praktijkcases die bereid zijn hun eigen traject, successen en uitdagingen rond de ontwikkeling en implementatie van een circulair model toe te lichten.
- Manier (en eventueel deadline) van inschrijven bepalen
- Minimum- en maximaantal deelnemers alsook finale datum beslissing “Go/No go” traject bepalen



Rollen

N.v.t.



Benodigd materiaal

N.v.t.



4.4. Intakegesprekken met deelnemers



Doelstelling

- Verwachtingen van ingeschreven deelnemers zijn afgetoetst aan de doelstellingen van het cocreatietraject
- Minimaal aantal deelnemers heeft zich geëngageerd voor het traject



Verloop

- Elke ingeschreven deelnemer wordt telefonisch gecontacteerd
 - Achtergrond en verwachtingen van de deelnemer worden bevestigd
 - Cocreatietraject wordt toegelicht
 - Als er match bestaat tussen beiden, wordt de deelnemer gevraagd om zich voor het volledige traject te engageren



Rollen

N.v.t.



Benodigd materiaal

N.v.t.



4.5. De cocreatiesessies

Het cocreatietraject omvat drie sessies, die steeds om de drie tot vier weken worden georganiseerd. De workshops zijn opgebouwd aan de hand van de bouwstenen van een circulair businessmodel:



CIRCULAIRE WAARDECREATIE:

Wat doe je om circulaire waarde te creëren?



STERKE WAARDEPROPOSITIE:

Hoe overtuig je klanten?



CIRCULAIR WAARDENETWERK:

Hoe werk je samen met partners?

Wat zijn belangrijke randvoorwaarden?

Elke workshop behandelt één van bovenstaande onderwerpen en bouwt daarbij uiteraard voort op de vorige sessie. Om die reden moeten deelnemers worden aangemoedigd om steeds het volledige traject mee te volgen.

Vóór de workshops vindt een inspiratiemoment met gastspreker plaats, waar buiten de deelnemers aan het cocreatietraject ook andere geïnteresseerden uit de sector welkom zijn.

4.5.1. Inspiratiemoment & cocreatieworkshop 1



Doelstelling

- Het project en het belang van de circulaire transitie kaderen
- Deelnemers en het brede publiek inspireren met relevante circulaire praktijkvoorbeelden uit de eigen sector
- Voor elke deelnemer een antwoord formuleren op de vraag **‘Wat kan een circulair businessmodel voor jou betekenen?’**:
 - Introductie van de principes van circulaire economie
 - Deelnemers inzicht geven in de waardeketen waarbinnen ze actief zijn
 - De circulariteitsprincipes die potentieel bieden binnen de eigen context verkennen



Verloop

De eerste sessie bestaat uit twee luiken: het inspiratiemoment en de cocreatieworkshop. Waar het eerste luik toegankelijk is voor het brede publiek en allerlei geïnteresseerden, is het tweede deel voorbehouden aan de geregistreerde deelnemers aan het traject.



**INSPIRATIE-
MOMENT**

-  2 uur inclusief 15 minuten pauze na afloop
- Deelnemers aan het traject, inschrijvers voor het inspiratiemoment en gastsprekers zijn al ruim voor aanvang van de eerste workshop welkom. Dit geeft hun de gelegenheid om alvast wat **informele contacten te leggen**.
- De eerste cocreatiesessie start met een **welkomstwoord en korte introductie** door de begeleiders. Dit om de context van de workshops en het 'waarom' achter de circulaire economie te kaderen, alsook de rol die businessmodellen spelen in de realisatie ervan.
- Vervolgens is het de beurt aan **inspirerende gastsprekers** (twee tot drie afhankelijk van de beschikbare tijd) uit de eigen sector die al hun eerste stappen hebben gezet in de circulaire transitie. Via een presentatie delen ze het traject dat ze hebben doorlopen met de aanwezigen. Hun ervaringen en successen komen aan bod, maar evengoed de uitdagingen waar ze mee te maken krijgen en moeilijkheden waar ze tegenaan lopen bij de uitrol van een circulair model. Er is ruim de gelegenheid om vragen te stellen.
- Daarna is het tijd voor een **koffiepauze/netwerkmoment** waar de deelnemers en gastsprekers indien gewenst het gesprek kunnen verderzetten en kunnen napraten. Na de pauze gaan we enkel verder met de deelnemers aan het traject.

COCREATIE- WORKSHOP

1

-  2 uur en 30 minuten inclusief 15 minuten pauze + netwerklunch
- Na de pauze gaat de workshop van start met een **kennismakingsronde**. De deelnemers krijgen de opdracht zich aan de hand van een voorwerp/gadget voor te stellen: Wie zijn ze? Waar zijn ze in actief? Waarom nemen ze deel aan het cocreatietraject en wat hopen ze eruit te halen? Tijdens de sessies ontstaan er heel wat waardevolle contacten en gesprekken tussen de deelnemers onderling. Het helpt dus als ze bij de start van het traject van ieder wat achtergrond meekrijgen. [15 minuten]
- Om een antwoord op de bovenstaande vraag te formuleren dienen de deelnemers eerst inzicht te verwerven in hun huidige context, de waardeketen waar ze in actief zijn en de andere betrokken actoren. Een eerste concrete oefening bestaat dan ook uit het **schetsen van deze waardeketen** a.d.h.v. een meegeleverde template (zie bijlage 5.2): Wie zijn leveranciers, klanten en belangrijke partners? Op welke manier stromen materialen en producten doorheen de keten? Enz. Deze oefening wordt best toegelicht m.b.v. een voorbeeld uit de sector, waarna de deelnemers ze op hun eigen case toe kunnen passen. De begeleiders bieden hier een-op-een ondersteuning bij. [15 minuten]
- De oefeningen worden afgewisseld met een stukje theorie om de **bouwstenen van een circulair bedrijfsmodel** toe te lichten. Drie aspecten zijn hierin van cruciaal belang:
 - Circulaire waardecreatie: WAT doe je om circulaire waarde te creëren?
 - Sterke waardepropositie: HOE overtuig je klanten?
 - Circulair waardenetwerk: HOE WERK JE SAMEN met partners?

Gezien de doelstelling van deze eerste sessie worden deze drie punten kort besproken, maar krijgt vooral het eerste meer aandacht. De andere twee komen in de volgende sessie immers uitgebreid aan bod. De verschillende **strategieën voor circulaire waardecreatie** (recyclage, hergebruik, grondstoffenefficiëntie, ...) worden toegelicht en geïllustreerd a.d.h.v. relevante voorbeelden uit de sector. [30 minuten]
- Na het theoretisch gedeelte is het tijd voor een **koffiepauze/netwerkmoment** waar de deelnemers indien gewenst nog wat met elkaar kunnen praten. [15 minuten]

**COCREATIE-
WORKSHOP**
1

- In een volgende stap gaat men de deelnemers aanmoedigen om te reflecteren over de **strategieën die ze mogelijk al toepassen** in hun huidige model en waarom. Hierbij zal men benadrukken dat er heel andere drijfveren in het spel kunnen zijn dan circulariteit op zich. Ook hier brengt een voorbeeld verduidelijking. Opnieuw moet een template deze oefening faciliteren. [15 minuten]
- Nadat er in kaart is gebracht wat er vandaag al gebeurt op circulair vlak, dringt zich uiteraard de vraag op wat ze in de toekomst meer kunnen doen en in welke strategieën ze potentieel zien. Dit voor hun eigen bedrijf (op financieel vlak, maar bijvoorbeeld ook wat betreft risicobeperking, klantenbinding en imago), alsook voor hun klanten en hun geïdentificeerde partners. Zowel de opportuniteiten als de uitdagingen en mogelijke negatieve effecten dienen te worden opgelijst in de daarvoor voorziene template. Welke implicaties de implementatie van de geselecteerde strategieën heeft, kan verder gevisualiseerd worden in het geschetste waardenetwerk, bijvoorbeeld door terugkerende pijlen. Om voldoende onderscheid te maken met de huidige waardeketen gebeurt dit best in een andere kleur. Daarbij moeten de strategieën ook een naam krijgen, bijvoorbeeld door deze op de daarvoor voorziene stickertjes te schrijven. [30 minuten]
- Tenslotte krijgen de deelnemers wat ‘huiswerk’ mee, mede om hen aan te sporen om ook tussen de sessies door met het traject bezig te zijn. Daarvoor moeten zij de belangrijkste onbekende factoren, gemaakte assumpties, vragen en knelpunten in hun circulair model identificeren. In de mate van het mogelijke moeten zij deze als voorbereiding op de volgende sessies ook valideren en/of oplossen, bijvoorbeeld door betrokken actoren te contacteren. [5 minuten]
- Om de sessie af te sluiten wordt elke deelnemer gevraagd om zijn belangrijkste leerles te delen met de groep. Deze kan zowel uit het inspiratiemoment als uit de workshop komen. [10 minuten]
- De voormiddag eindigt met een netwerklunch om te kunnen napraten over de eerste sessie.



Rollen

- Presentator(en): één of meerdere personen die de algemene inleiding in de ochtend verzorgen, de gastsprekers aankondigen en de theorie en de oefeningen uitleggen aan de deelnemers
- Begeleiders: meerdere personen die de deelnemers ondersteunen bij het toepassen van de oefeningen op hun eigen case. Het vereiste aantal begeleiders hangt af van de grootte van de groep. Elke deelnemer moet zeker voldoende ondersteuning krijgen.



Benodigd materiaal

- Naamkaartjes
- Presentatie, laptop
- Bedankjes gastsprekers
- Willekeurige gadgets/voorwerpen voor de kennismakingsronde
 - Minstens één per deelnemer
 - Kan bijvoorbeeld eenvoudig kantoorgerei zijn
- Pennen en stiften in verschillende kleuren
- Afgedrukte templates voor de oefeningen
 - Minstens op A3-formaat
 - Eén per deelnemer + enkele extra
- Stickertjes met de verschillende circulaire strategieën
- Op de locatie:
 - Beamer
 - Tafels en stoelen
 - Koffie, thee, frisdrank, ...



4.5.2. Cocreatieworkshop 2



Doelstelling

- Deelnemers hun circulaire noden laten vertalen naar acties
- Deelnemers theorie bijbrengen omtrent
 - The Lean Startup
 - Waardeproposities met potentieel voor circulaire bedrijfsmodellen
 - Validatie van waardeproposities
- Deelnemers laten nadenken over hun klanten en wat hun noden zijn
- Deelnemers hun waardepropositie laten formuleren en valideren



Verloop

COCREATIE- WORKSHOP 2

- 3 uur en 15 minuten inclusief 15 minuten pauze + netwerklunch
- Deelnemers aan het traject zijn opnieuw al ruim voor aanvang van de workshop welkom. Dit geeft hun de gelegenheid om alvast wat **informeel bij te praten**.
- De workshop start met een korte **herhaling** van cocreatieworkshop 1. [15 minuten]
- Een eerste oefening vertrekt van de circulaire strategieën die aan bod zijn gekomen in de eerste cocreatiesessie. Zo kunnen deelnemers de acties in kaart brengen die nodig zijn om deze strategieën te realiseren. Hierbij worden zowel eventuele **barrières als opportuniteiten voor de implementatie** van zulke acties gedefinieerd (voorbeeld zie bijlage 5.3). [30 minuten]
- Deze sessie licht de **lean-startupmethode** toe en focust daarbij vooral op hoe men naar de behoeften van de klant kan peilen. Vervolgens identificeren de deelnemers voor elk van hun klantsegmenten wat de klus is die deze klant wil verwezenlijken, waar hij/zij mee worstelt en wat mogelijke winstpunten zijn (voorbeeld zie bijlage 5.3). [45 minuten]
- Hierna is het tijd voor een **koffiepauze/netwerkmoment** waar de deelnemers indien gewenst nog wat met elkaar kunnen praten. [15 minuten]

COCREATIE- WORKSHOP 2

- Er wordt wat dieper ingegaan op het scala aan mogelijke waardeproposities met potentieel voor circulaire bedrijfsmodellen. Op basis van deze theorie gaan de deelnemers aan de slag met het in kaart brengen van hun eigen **waardepropositie** en het aangeven hoe deze inspelen op de eerder geïdentificeerde klantenwensen (voorbeeld zie bijlage 5.3). Tot slot dient uiteraard beoordeeld te worden of de geformuleerde waardeproposities wel echt overeenkomen met de wensen van de klanten. Dit kan bijvoorbeeld aan de hand van test cards (voorbeeld zie bijlage 5.3). [1 uur en 15 minuten]
- Op het einde van de workshop krijgen de deelnemers een **huiswerkopdracht** mee, bv. druk je waardepropositie op een heel kernachtige manier uit, op basis van de bekende elevatorpitch (voorbeeld zie bijlage 5.3). [15 minuten]
- De voormiddag eindigt met een **netwerklunch** om te kunnen napraten over de sessie.



Rollen

- **Presentator(en)**: één of meerdere personen die de theorie en de oefeningen uitleggen aan de deelnemers
- **Begeleiders**: meerdere personen die de deelnemers ondersteunen bij het toepassen van de oefeningen op hun eigen case. Het vereiste aantal begeleiders hangt af van de grootte van de groep. Elke deelnemer moet zeker voldoende ondersteuning krijgen.



Benodigd materiaal

- Naamkaartjes
- Presentatie, laptop
- Pennen en stiften in verschillende kleuren
- Afgedrukte templates voor de oefeningen
 - Eén per deelnemer + enkele extra
- Op de locatie:
 - Beamer
 - Tafels en stoelen
 - Koffie, thee, frisdrank, ...

4.5.3. Cocreatieworkshop 3



Doelstelling

- Terugblik op de vorige twee sessies
- Voorstelling aan de hand van een 'elevatorpitch'
- Deelnemers laten nadenken over de duurzaamheid van hun bedrijfsmodel en hun partners en netwerken in kaart laten brengen
- Experts betrekken om toelichting te geven bij vragen of knelpunten die de deelnemers tegenkomen bij de ontwikkeling van hun model o.a. rond samenwerking met partners

De invulling van de derde sessie wordt afgestemd op de noden en de vragen die de deelnemers op dat moment nog hebben.



Verloop

COCREATIE- WORKSHOP

3

-  3 uur en 15 minuten inclusief 15 minuten pauze + netwerklunch
- Deelnemers aan het traject zijn opnieuw al ruim voor aanvang van de workshop welkom. Dit geeft hun de gelegenheid om alvast wat **informeel bij te praten**.
- Een **terugblik op de twee vorige sessies** om kort te overlopen wat er al aan bod is gekomen. De deelnemers kunnen hierbij aangeven of daar nog vragen rond zijn. [30 minuten]
- Om het concept van hun product of dienst concreet te maken stellen de deelnemers een **elevatorpitch** op. Hierin trachten ze om in enkele zinnen samen te vatten wie hun doelgroep is en wat hun noden zijn, op welke marktcategory ze zich richten, welk voordeel hun product of dienst biedt en wat de onderscheidende factor is. Deze oefening laat de deelnemers nadenken over hoe ze hun product of dienst kort en krachtig kunnen voorstellen. [30 minuten]

**COCREATIE-
WORKSHOP
3**

- Tijdens de **duurzaamheidscheck** wordt er naar verschillende aspecten binnen het bedrijfsmodel gekeken, denk maar aan transport, grondstoffengebruik, afval, energie en sociale impact. Hoe relevant zijn deze aspecten voor het model van de deelnemers en welke acties dienen ze te nemen om het model duurzamer te maken? Ook brengen de deelnemers de **partners en netwerken** in kaart die ze nodig hebben om hun bedrijfsmodel op te zetten. [30 minuten]
- Hierna is het tijd voor een **koffiepauze/netwerkmoment** waar de deelnemers indien gewenst nog wat met elkaar kunnen praten. [15 minuten]
- **Experts** gaan tenslotte dieper in op de vragen van de deelnemers rond nieuwe businessmodellen, financieringen en juridische implicaties. De presentaties zijn opgebouwd uit een stukje theorie, maar benaderen de thema's zeker ook vanuit een praktische invalshoek. Er is voldoende ruimte om vragen te stellen. Eventueel kunnen deelnemers die bijkomende vragen willen stellen de mogelijkheid krijgen om achteraf nog contact op te nemen. [1u 15 minuten]
- Ter afronding krijgen alle deelnemers kort de gelegenheid om een **reflectie** te maken op het volledige traject. [15 minuten]
- De voormiddag eindigt met een **netwerklunch** om te kunnen napraten over de sessie.



Rollen

- **Presentator(en):** één of meerdere personen die de theorie en de oefeningen uitleggen aan de deelnemers
- **Begeleiders:** meerdere personen die de deelnemers ondersteunen bij het toepassen van de oefeningen op hun eigen case. Het vereiste aantal begeleiders hangt af van de grootte van de groep. Elke deelnemer moet zeker voldoende ondersteuning krijgen.



Benodigd materiaal

- Naamkaartjes
- Presentatie, laptop
- Pennen en stiften in verschillende kleuren
- Afgedrukte templates voor de oefeningen
 - Eén per deelnemer + enkele extra
- Op de locatie:
 - Beamer
 - Tafels en stoelen
 - Koffie, thee, frisdrank, ...



4.6. Evaluatie cocreatietraject



Doelstelling

- Hoe hebben de deelnemers het traject ervaren?
- Kunnen de deelnemers de inhoud van het traject uitrollen in hun bedrijf?
- Wat zijn de belangrijkste leerlessen voor de deelnemers?
- Zijn er verbeterpunten naar een volgend traject toe?



Verloop

- Rondje van de deelnemers op het einde van de derde workshop
- Digitale bevraging uitgestuurd naar alle deelnemers kort na de derde workshop
- Concrete vragen stellen aan enkele deelnemers enige tijd na het traject. Hun antwoorden kunnen dienen als input voor een artikel dat later in de nieuwsbrief van de organisatoren kan verschijnen. De organisatoren komen zo te weten hoe de deelnemers het cocreatietraject hebben ervaren, maar ook of/hoe ze dit concreet hebben kunnen omzetten in hun bedrijf.



Rollen

N.v.t.



Benodigd materiaal

- Digitale tool zoals bv. SurveyGizmo om bevraging uit te sturen



4.7. Slotevent



Doelstelling

- De deelnemers uit de verschillende trajecten samenbrengen en ervaringen delen
- Businessmodellen presenteren die de deelnemers in de praktijk hebben omgezet
- Netwerken



Verloop

Het slotevent kan eventueel gekoppeld worden aan een ander event met een gelijkaardige doelgroep:

- Presentatie met terugblik op het project
 - Totaal aantal deelnemers + sprekers
 - Belangrijkste topics
 - Een aantal bevindingen afgeleid uit de evaluatieronde
- Enkele deelnemers laten presenteren wat ze zelf concreet uit het traject hebben gehaald en hoe ze het toepassen in hun bedrijf.
- De 'elevatorpitch' van alle deelnemers presenteren
- Als netwerkevent kan er een 'marktplaats' georganiseerd worden waar de deelnemers zich nog verder kunnen voorstellen.
- Ter afronding nog meegeven waar de informatie van het traject terug te vinden is:
 - Verslagen, presentaties, contactgegevens, ...
- Optioneel: informatiebrochure voorstellen



Rollen

- **Presentator:** één persoon die de presentatie geeft en eventueel als moderator optreedt.



Benodigd materiaal

- Naamkaartjes
- Presentatie, laptop
- Op de locatie:
 - Beamer
 - Stoelen
- Koffie, thee, frisdrank, ...

Promotiefilmpje

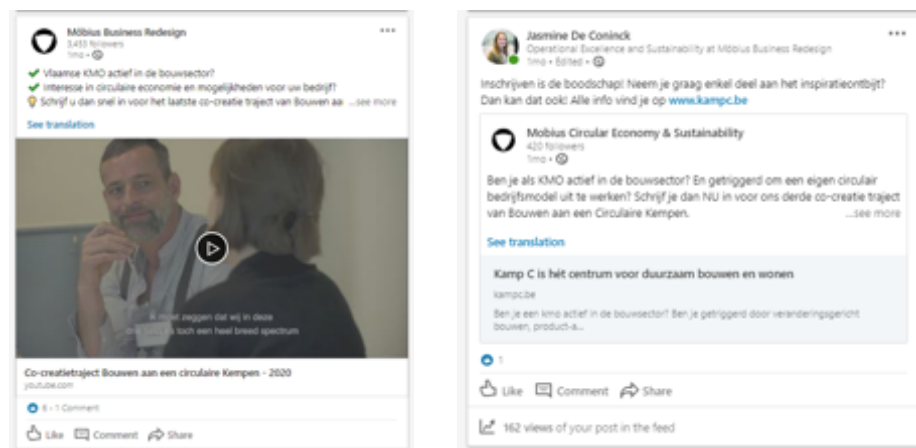
Link naar het promotiefilmpje:

<https://www.youtube.com/watch?v=K7NC4-Ve84c&feature=share>

Website

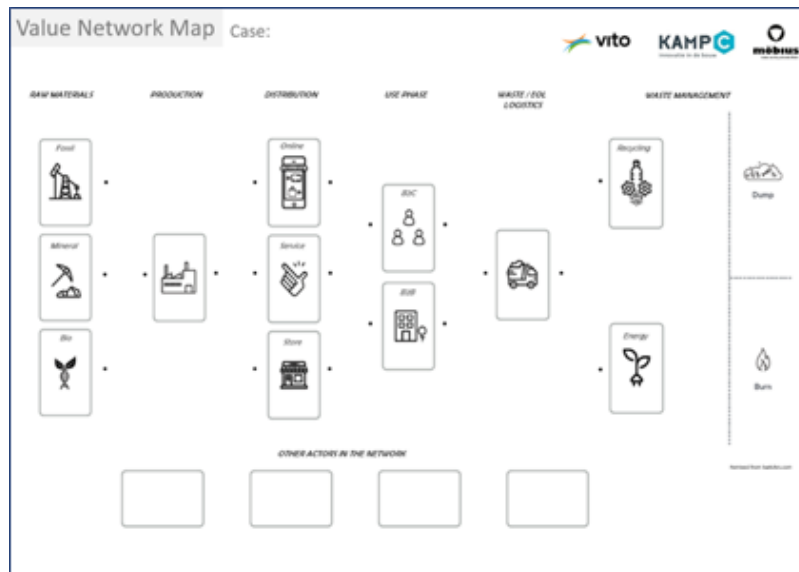


Posts op LinkedIn



5.2. Materiaal inspiratieontbijt & cocreatieworkshop 1

Oefening waardenetwerk



Oefening huidige circulaire waardecreatie en potentieel voor de toekomst

Circulaire waardecreatie Case:

strategie	wat doe je vandaag?	waarom?	wat wil je morgen doen?	mijn bedrijf		mijn klant		mijn partners		
				+	-	+	-	wie?	+	-
recycling										
remanufacture										
hergebruik										
herstel										
optimalisatie gebruik product										
grondstoffen efficiëntie										
substitutie										

Logos: vito, KAMP, Möbius

Oefening belangrijkste uitdagingen

TOP 5 uitdagingen		Case:	  
uitdaging	van toepassing op (bedrijf/klant/partner)	prioriteit	

5.3. Materiaal cocreatieworkshop 2

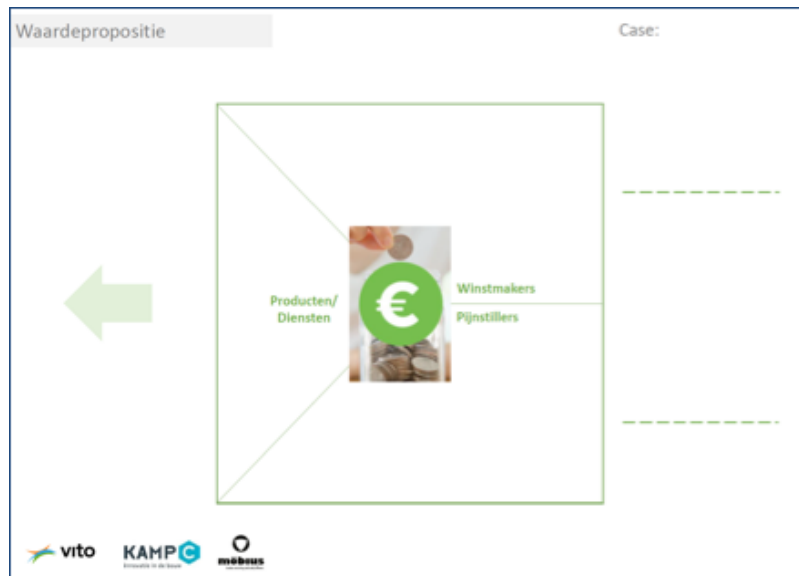
Oefening circulaire noden



Oefening klantennoden



Oefening waardepropositie



Oefening test card

Huiswerkopdracht elevatorpitch

Elevator Pitch sentence structure:

FOR (target customer), WHO HAS (customer need), (product name) IS A (market category) THAT (one key benefit).
UNLIKE (competition), THE PRODUCT (unique differentiator).

5.4. Evaluatiemateriaal

Enkele printscreens van de digitale bevraging

Bouwen aan een Circulaire Kempen; Eindevaluatie Traject 3

KAMP C vito möbius EFMD EUROPEES FONDS VOOR REGIONALE ONTWIKKELING Europese Unie

Beste,

Via deze weg hadden wij graag van jou wat feedback verzameld als deelnemer van het derde co-creatietraject "Bouwen aan een circulaire Kempen". De vragenlijst bestaat uit 4 korte delen en zal ongeveer een 10-tal minuten in beslag nemen.

Alvast bedankt voor jouw input!

Volgende

100%

Sessie 1

1. Hoe evalueer je de eerste co-creatiesessie die bestond uit
- het inspiratieontbijt met als sprekers Karel Lootens van WoonCoop en Ronald Koedam van Mitsubishi Elevator,
- een introductie tot circulaire business modellen? *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

2. Wat maakt dat je dit cijfer geeft? *

Volgende

100%

Geheel

7. Hoe evalueer je het co-creatietraject in zijn geheel? *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

8. Welke zaken vond je goed aan het traject? *

9. Welke zaken konden beter? *

10. Wat is/zijn je belangrijkste leertes(sen) van het co-creatietraject? *



EFRO
EUROPEES FONDS
VOOR REGIONALE
ONTWIKKELING



Europese Unie

Om het GTI project 'Bouwen aan een Circulaire Kempen' te realiseren ontvangt VITO – Kamp C – Möbius vanuit EFRO 111.924,62€ financiële steun.