

SMART BUSINESS STRATEGIES

TECHNOLOGIE AAN HET WERK

VERDER IN DIT NUMMER:

1 JAAR VISTA | ONLINE GOKKEN | LAPTOP
VERSUS DESKTOP | MOBILE MARKETING |
MULTIFUNCTIONALS | ONLINE BANKING

8 TRENDS IN 2008

SMART BUSINESS CASEBOOK



Casebook

INLEIDING

ACHT TRENDS VOOR 2008

Naar jaarlijkse gewoonte maken we bij het begin van het jaar plaats om de mooiste en meest interessante gevalstudies op een rijtje te zetten onder de vorm van ons Smart Business Casebook. Een staalkaart van wat er beweegt op het vlak van IT en e-business in het bedrijfsleven. Ongeveer zeventig inzendingen waaruit we dertig cases hebben gekozen. Om er vervolgens acht trends uit te distilleren waarvan we vinden dat ze trendsettend zijn voor 2008. // **OLIVIA AREND, AN DAMEN, STEF GYSSELS & WILLIAM VISTERIN**



Casebook

MOBIEL

HEALTHCITY

De moderne fit-o-meter

HealthCity is een dienstenbedrijf dat 28 fitnesscentra in zijn portefeuille heeft. Het wil mensen aanzetten tot sporten en het verbeteren van hun gezondheid. "Maar omdat fitness vaak een pejoratieve bijklank heeft en geassocieerd wordt met *body building*, zien veel mensen het niet zitten om zich in een fitnesscentrum in te schrijven," vertelt **Giovanni Lecluyse**, marketing manager van HealthCity. Om dat beeld wat bij te stellen, wilde het bedrijf mensen op een originele manier toch doen bewegen, met een moderne fit-o-meter bijvoorbeeld. "We hebben eigenlijk het idee van de fit-o-meter uit de jaren '80 opgeraapt en in een modern jasje gestoken. Je hoeft namelijk niet noodzakelijk in de natuur te sporten, je kan ook perfect midden in de stad bewegen."

In verschillende steden werd een parcours uitgestippeld waarlangs de deelnemers moesten lopen en opdrachten moesten uitvoeren. In plaats van over balkjes te springen of een houtblok op te heffen, werden nu trappen, fonteinen, banken enzovoort als hindernis gebruikt. Elke deelnemer kreeg bij zijn registratie een polsbandje met daarop een RFID-chip. De deelnemers moesten dan het parcours afleggen en op zeven verschillende plaatsen een opdracht uitvoeren. Op een PDA werden dan de resultaten van die opdracht geregistreerd door het RFID-bandje te scannen. Alle data werden in *real time* over GPRS doorgestuurd naar een centrale website en aan de finish stond op een groot bord te lezen hoeveel deelnemers er waren, hoeveel uitgevoerde opdrachten er waren en hoeveel fysieke bewegingen al werden uitgevoerd. Bovendien leverde dit ook een strijd op met andere steden waar tegelijkertijd of



een week voordien, een gelijkaardige fit-o-meter werd georganiseerd. "Het hele project was een groot succes," zegt Giovanni Lecluyse. Dankzij de RFID-bandjes van Freebility konden we alles snel registreren en weergeven, en ook de visibiliteit die het ons opleverde, was groter dan verwacht. Het staat nu al vast dat we het initiatief volgend jaar opnieuw zullen doen."



WHAT'S SMART?

Mensen op een originele manier doen bewegen en hun prestaties in real time registreren.

Leveranciers: Freebility, Time2Trace, Ten Advertising

8 TENDANCES EN 2008

SMART BUSINESS CASEBOOK



Casebook

INTRODUCTION

HUIT TENDANCES POUR 2008

Comme d'habitude, nous commençons l'année en passant en revue les études de cas les plus intéressantes sous la forme de notre *Smart Business Casebook*. Un échantillon de ce qui bouge dans le domaine de l'IT et de l'e-business dans le monde des entreprises. Nous avons reçu environ septante propositions parmi lesquelles nous avons sélectionné trente cas. Pour ensuite en extraire huit tendances qui, selon nous, donneront le ton en 2008. // OLIVIA AREND, AN DAMEN, STEF GYSSELS & WILLIAM VISTERIN



Casebook

MOBILE

HEALTHCITY

Le fitomètre moderne

HealthCity est une entreprise de services qui compte 28 centres de fitness dans son portefeuille. Elle veut inciter les gens à faire du sport et à améliorer leur santé. "Mais comme le fitness a souvent une connotation péjorative et est associé au body-building, de nombreuses personnes n'ont pas envie de s'inscrire dans un centre de fitness", explique **Giovanni Lecluyse**, directeur du marketing de HealthCity. Afin d'un peu rectifier cette image, l'entreprise voulait quand même faire bouger les gens d'une façon originale, avec un fitomètre moderne, par exemple. "Nous avons en fait repris l'idée du fitomètre des années '80 et nous l'avons modernisée. Car il n'est pas indispensable de faire du sport dans la nature, on peut tout aussi bien bouger en pleine ville."

Dans différentes villes, un parcours a été tracé, le long duquel les participants devaient courir et effectuer des exercices. Au lieu de sauter par-dessus des poutres ou de soulever une bûche, ce sont à présent des escaliers, des fontaines, des bancs, etc. qui ont été utilisés comme obstacles. Lors de son inscription, chaque participant recevait un bracelet avec une puce RFID. Les participants devaient alors suivre le parcours et effectuer un exercice à sept endroits différents. Les résultats de l'exercice étaient enregistrés sur un PDA en scannant le bracelet RFID. Toutes les données étaient transmises en temps réel par GPRS vers un site Web central et, à l'arrivée, on pouvait voir sur un grand tableau le nombre de participants, combien d'exercices avaient été faits et combien de mouvements physiques avaient déjà été effectués. Ceci a en outre engendré une compétition avec d'autres villes où un fitomètre



semblable était organisé en même temps ou une semaine plus tôt. "L'ensemble du projet a été un grand succès", dit Giovanni Lecluyse. Grâce aux bracelets RFID de Freebility, nous avons pu enregistrer et afficher rapidement toutes les données, et la visibilité que cela nous a apporté a dépassé nos espérances. Il est à présent certain que nous réitérerons l'initiative l'année prochaine."



WHAT'S SMART?

Faire bouger les gens d'une façon originale et enregistrer leurs prestations en temps réel.

Fournisseurs: Freebility, Time2Trace, Ten Advertising