



Bonvol Verrassingen gaat **B2B**

Vorig jaar wonnen we met veel trots de Innovatie Award voor 'Bonvol Verrassingen', het idee waarmee we ons merk en ons consumentenproduct verrassend vernieuwd hebben. We maakten de Nationale Bioscoopbon persoonlijk, verrassender, digitaal en stopten het bonvol beleving.

Dit jaar leggen we onze lat weer hoger. We zetten vol in op B2B. Het is onze ambitie om met onze innovatie de business-to-business markt verder te ontwikkelen. Wij zien een enorme kans om de behoeftes van zakelijke klanten vanuit de giftcard markt beter te bedienen. En we dromen van een 'back-to-back' Innovatie award.



Een Bonvol Verrassingen innovatie voor de zakelijke markt

Kwalitatief onderzoek (MARE) leert ons dat een cadeautje voor werknemers vooral een blijk van waardering is. Hoe verrassender en persoonlijker het cadeau, des te meer waardering het uitspreekt. Maar een écht persoonlijk en verrassend cadeau voor tientallen, honderden of zelfs duizenden werknemers kent veel beperkingen én kost veel tijd.

Onze innovatie biedt de oplossing. Met de nieuwe zakelijke oplossing maak je in no-time een superverrassend cadeau. We bouwen verder op de kracht van het consumentenproduct en passen het toe op de specifieke behoeftes van ondernemers, hr-medewerkers en officemanagers.

Naast medewerkers kan onze persoonlijke bon ook breed ingezet worden als incentive richting klanten, gebruikt worden als traffic generator, meedraaien in loyalty-programma's of, indien nodig, ingezet worden als goedmakertje richting je klanten.



Bedrijven willen niet te veel tijd kwijt zijn aan het uitzoeken, regelen en afhandelen van bedrijfscadeaus. Dus versimpelden we het maakproces door de bon al grotendeels in te vullen. Makers hoeven het ontwerp alleen aan te passen en aan te vullen naar wens, extra makkelijk gemaakt door het intuïtief ontwerp en design. Hierdoor kost het maken van de bon slechts enkele minuten. Ook de financiële afhandeling en verzending – of dat nu fysiek of digitaal is – verloopt soepel. Op die manier geven wij invulling aan onze belofte dat ook het maken van een zakelijke bon, of het er nu één is of dat het er duizend zijn, altijd leuk is om te maken, geven en ontvangen.

We ontwikkelden verrassende bonnen voor geefredenen die leven bij de zakelijke doelgroep (feestdagen, feliciteren, bedanken, sterkte wensen). Wederom in de herkenbare Bonvol Verrassingen vorm met verrassende kleuren, typografieën, stickers en gifjes. Voor de extra persoonlijke touch kunnen bedrijven eenvoudig zelf hun logo toevoegen. Medewerkers krijgen de digitale beleving via een fysieke bon en QR-code in een aansprekende verpakking. Zo brengen we de fysieke en digitale wereld dichterbij elkaar en hebben we dé oplossing voor bedrijven* die ons cadeau graag fysiek overdragen. Alleen digitaal, de duurzamere optie, is ook mogelijk.

*Uit het MARE onderzoek (in 2021 uitgevoerd in opdracht van De Nationale Bioscoopbon) blijkt dat bijna alle bedrijven die meededen aan het onderzoek momenteel het cadeau nog graag fysiek willen overdragen

Het kan nog persoonlijker en op maat gemaakt. We bieden bedrijven de optie om de bon volledig op te maken in eigen huisstijl, logo's, kleuren, met eigen gifs, bedrijfsvideo's, commercials, noem het maar. Zolang alles binnen het grid van de 8 verschillende vakken (blobs) valt, is het merk Nationale Bioscoopbon ondergeschikt aan het merk van de opdrachtgever en is er veel mogelijk. Je eigen digitale, interactieve bedrijfsbioscoopbon, een innovatie in de zakelijke markt.

Wij willen de cadeaubonnenwereld veranderen

Het jury-rapport van vorig jaar heeft ons niet alleen zeer trots gemaakt, maar ons ook geïnspireerd om dit jaar een serieuze stap extra te zetten. Het jury-oordeel dat onze winnende consumenteninnovatie een positieve bijdrage levert aan de algehele perceptie en houding ten aanzien van een 'cadeaukaart of een beleveniscadeau' product heeft ons gemotiveerd om minimaal eenzelfde bijdrage te leveren aan deze perceptie binnen de zakelijke markt.

