



LEEFSTIJLVINDER *Live*

INNOVATIE IN COMMUNICATIE MET DE BSR AI ASSISTENT

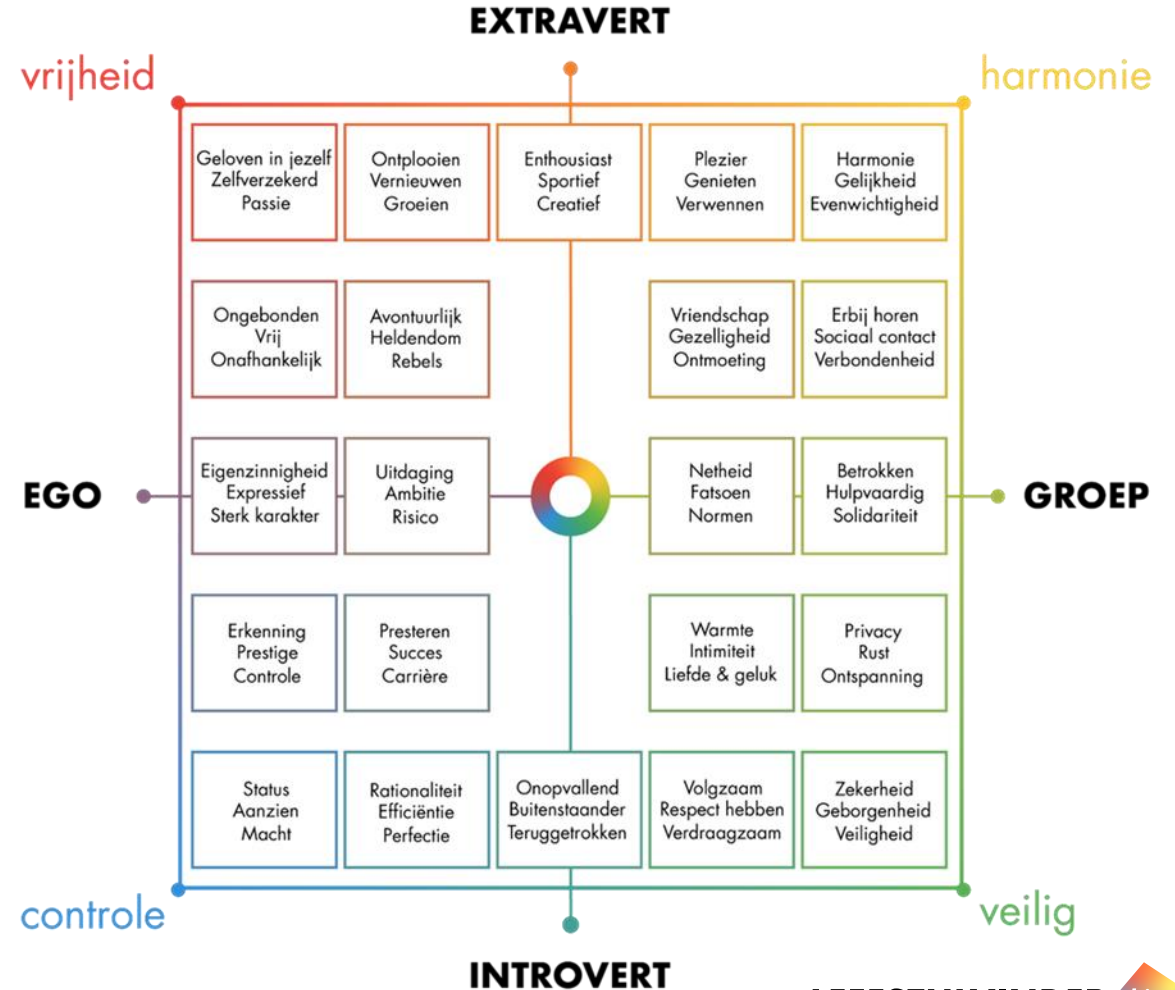
6 NOVEMBER 2025

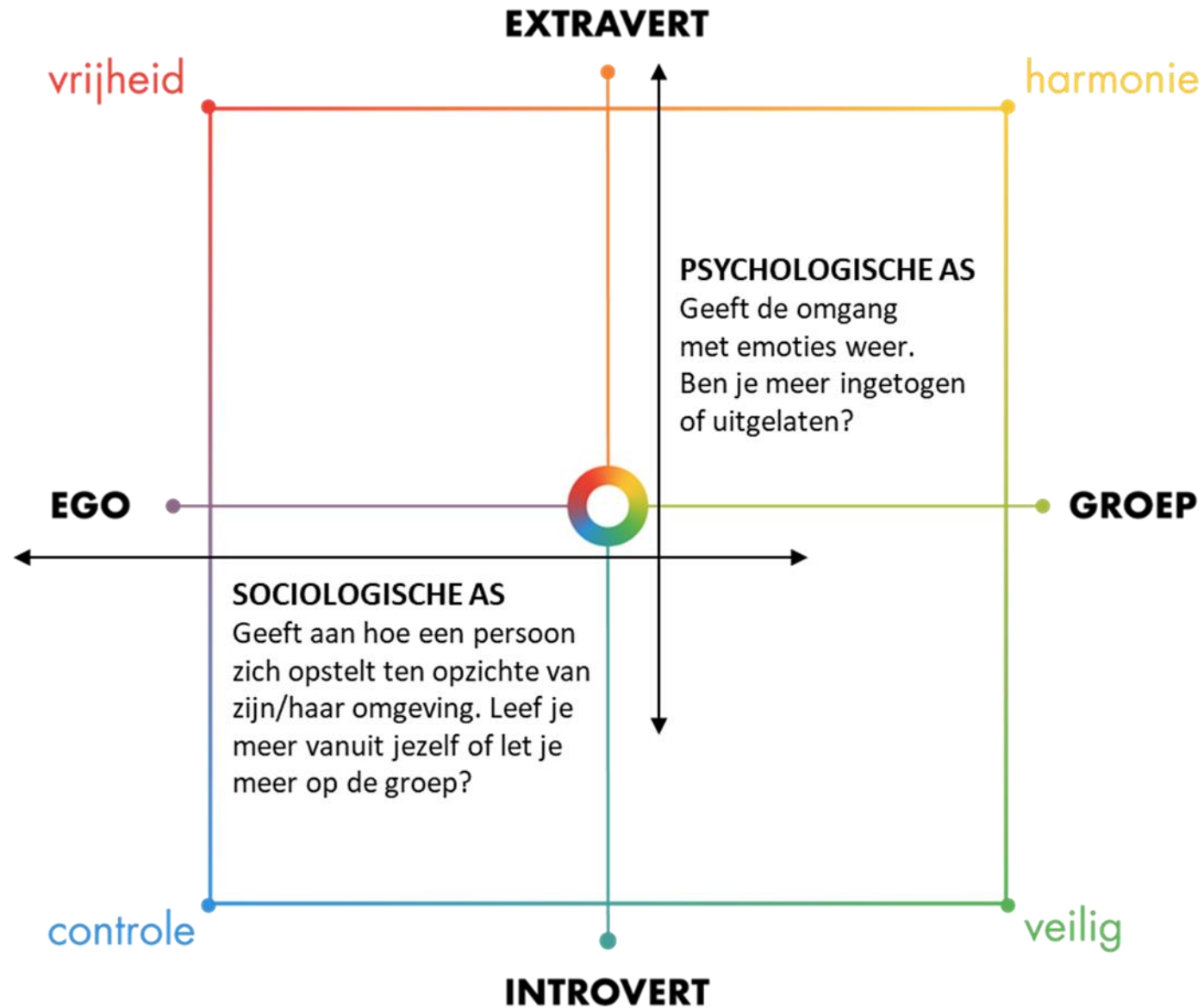
**DAVID VERSCHOOR
JOYCE VAN GEEST**

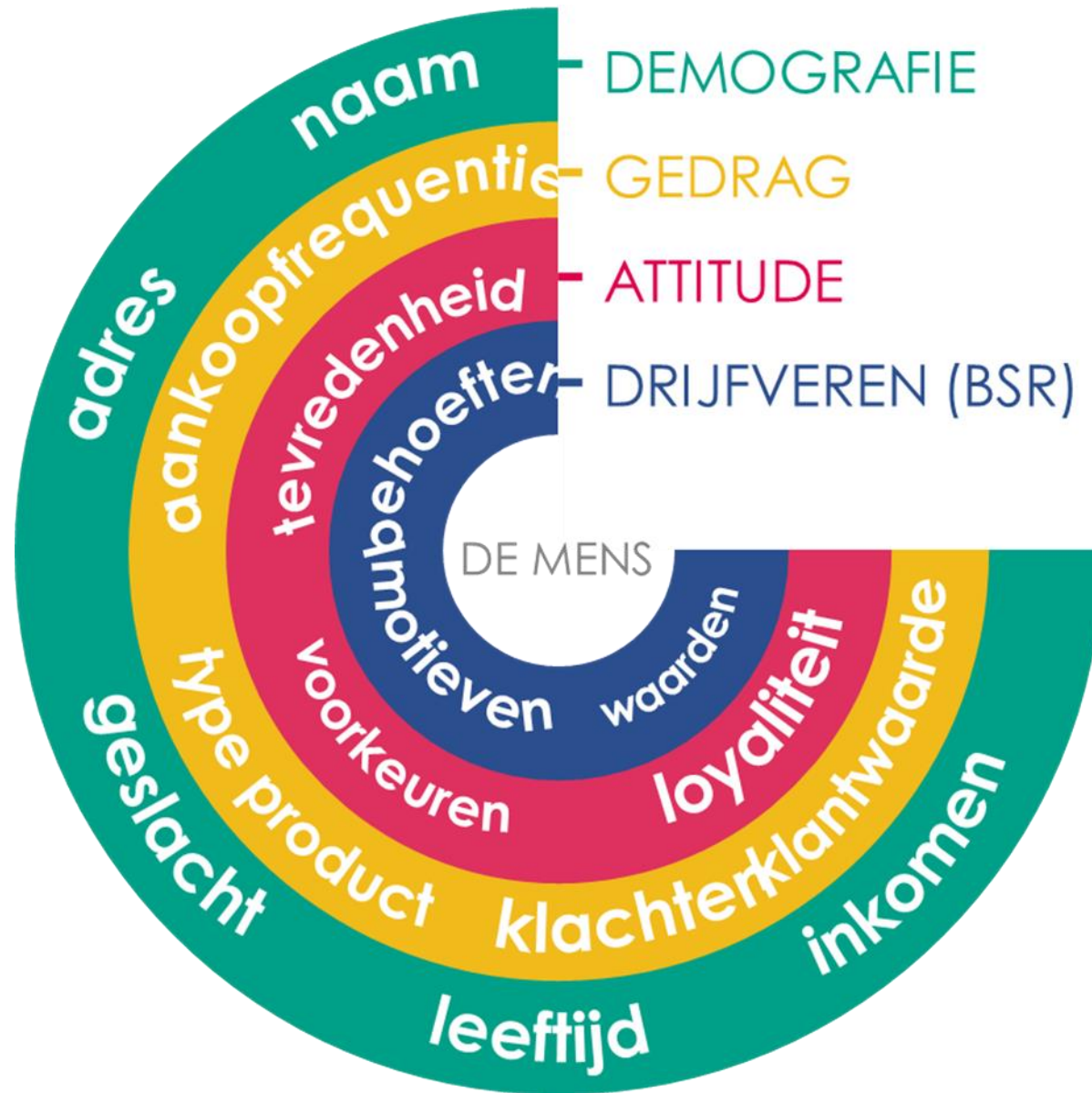
2000: DE GEBOORTE VAN BSR

Van beweegredenen naar leefstijlen:

Persoonlijheidsdefinities op basis van waarden worden in een model gezet in de **Brand Strategy Research Engine**







2001: HET EERSTE BSR PROJECT

The proof of the pudding is in the eating:

Eneco ontwikkeld aan de hand van het BSR model vier postale mailings: dezelfde boodschap, een andere tone of voice en look and feel. Respons stijgt met 27% ten opzichte van de one size fits all mailing.



2007: DE TOOLKIT



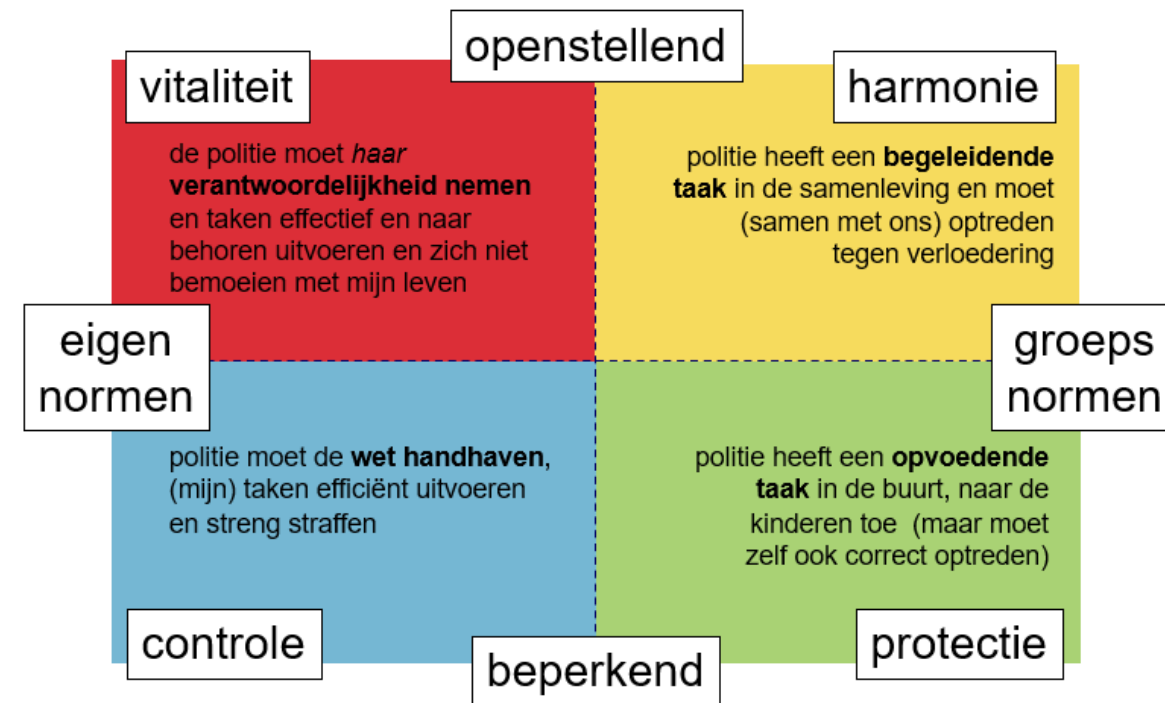
BSR®-model: beleving van politietaken

Iedere burger heeft vanuit zijn of haar eigen belevingswereld een eigen visie op wat de politie in het kader van veiligheid zou moeten doen.

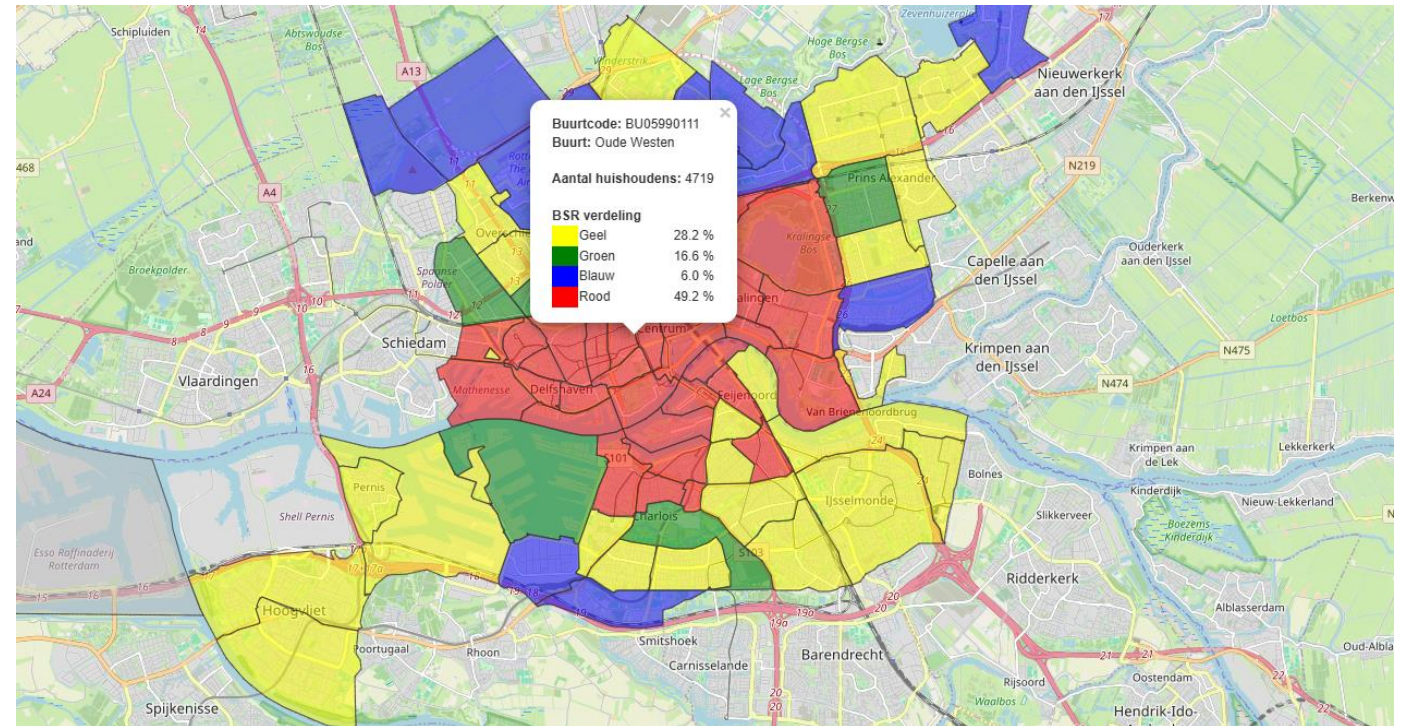
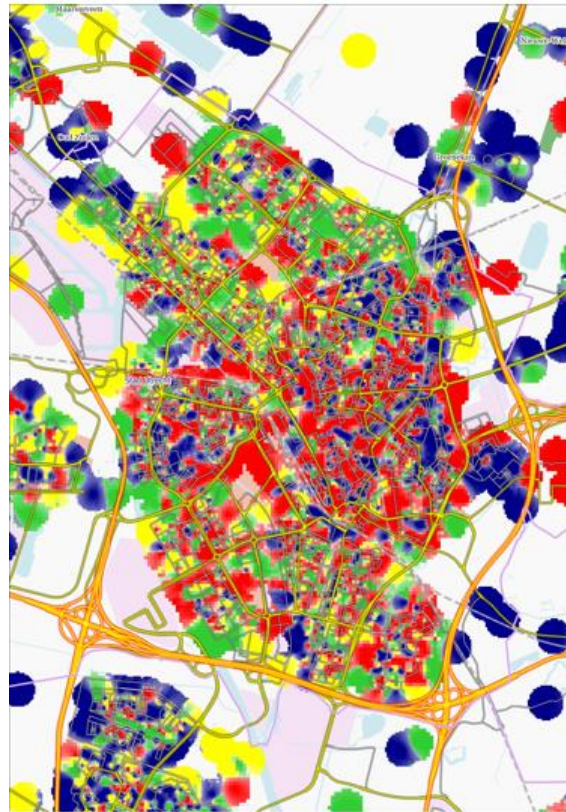
Toolkit politie Utrecht

afdeling communicatie

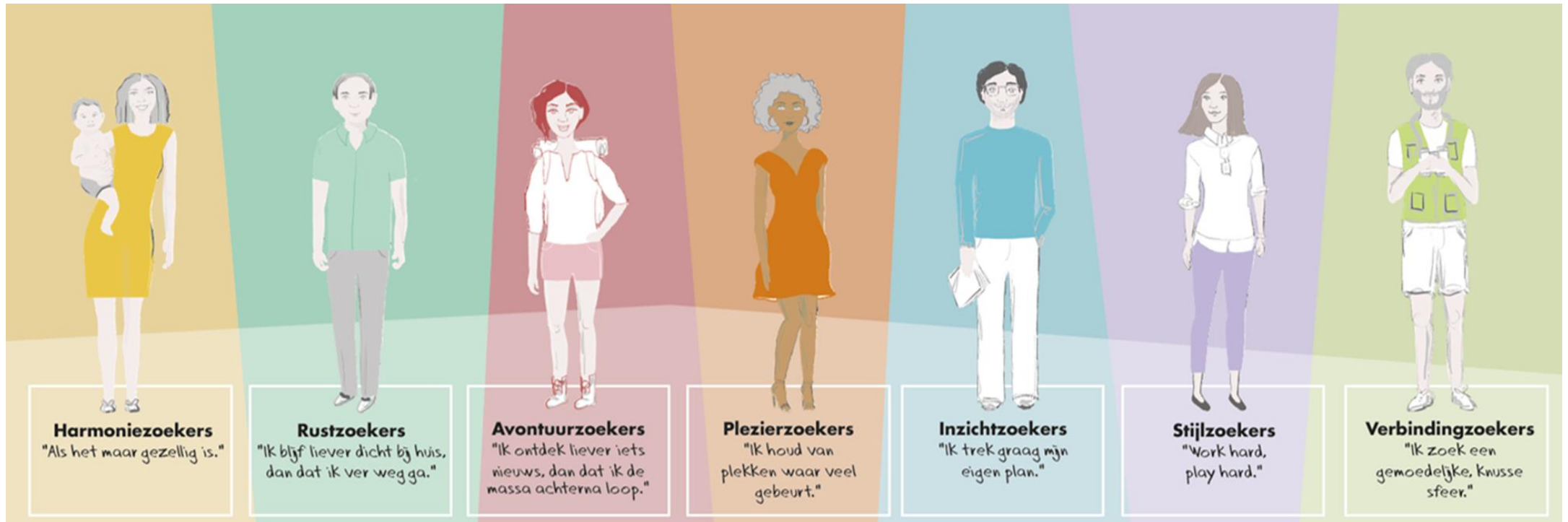
Omgaan met verschillende typen burgers



2010: DOORVERTALINGEN (GIS-KAARTEN)



2017: DE EERSTE LEEFSTIJLVINDER



2018-2023: MEER SEGMENTATIES



2024: NADRUK OP PRAKTISCHE TOEPASSING

Adviezen afhankelijk van resultaat leefstijlscan - één dominante leefstijl

De rode gast



Aanbod

Gevarieerd en gezond menu: bied dagelijks wisselende gezonde opties aan, zoals salades, volkorenbroodjes en warme maaltijden met seizoensgroenten. Geef ook aandacht aan duurzame alternatieven zoals vegetarische of plantaardige gerechten.

Creativiteit en lokale ingrediënten: maak gebruik van lokale producten en promoot unieke gerechten, bijvoorbeeld streekgebonden specialiteiten. Introduceer "specials van de week" om variatie en creativiteit te benadrukken.

Koffiecorner: een hippe koffiecorner spreekt de rode gast aan: zorg voor kwalitatief goede koffie en zoete snacks.

True pricing: communiceer de milieulabels van gerechten door bijvoorbeeld true pricing of milieulabels te gebruiken.

Meeneemopties: ontwikkel lunchboxen of grab-and-go opties, zodat rode gasten iets kunnen meenemen voor een wandeling of een avondmaaltijd.



Restaurantomgeving

Groene en inspirerende sfeer: zorg voor een groene inrichting met planten en duurzame materialen. Creëer rustige werkplekken en gezellige zithoeken voor zowel vergaderingen als ontspanning.

Flexibiliteit in gebruik: bied ruimtes aan die multifunctioneel zijn, bijvoorbeeld geschikt voor werken, lunchen, en borrelen. Faciliteer opties voor een informele middagborrel met gezonde snacks en alcoholvrije drankjes.



Duurzaamheid

Milieuvriendelijke verpakkingen: gebruik composteerbare of herbruikbare verpakkingen voor alle meeneemgerechten. Stimuleer klanten om eigen verpakkingen of bekertjes mee te nemen door korting te geven.

Afvalvermindering: introduceer een systeem om voedselversnilling tegen te gaan, zoals kleinere porties met de optie



Promotie en communicatie

Gezond en duurzaam stimuleren: organiseer thee gezonde voeding of duurzaamheid. Geef korting introduceer loyaliteitspunten voor het kiezen van maaltijden.

Feedback en betrokkenheid: vraag regelmatig om menu en de sfeer in het restaurant. Betrek rode gasten bij bedenken van nieuwe gerechten of concepten.

"Ik houd van planten, duurzame materialen en een koffiecorner"



Adviezen afhankelijk van resultaat leefstijlscan – twee dominante leefstijlen

Overeenkomsten rode en blauwe gast



Creativiteit en variatie in het aanbod: beide groepen waarderen creatieve en unieke aspecten in het menu. Zorg voor een gevarieerd aanbod met regelmatig nieuwe gerechten, seizoensgebonden specials en unieke combinaties.

Gezonde en duurzame opties: beide doelgroepen vinden gezondheid en duurzaamheid belangrijk. Richt je op duurzame verpakkingen, lokale en verse ingrediënten en heldere informatie over gezonde keuzes.

Flexibiliteit in eetmomenten: beide groepen willen het restaurant voor verschillende gelegenheden gebruiken. Zorg dat het restaurant de hele dag open is en flexibel inspelt op diverse behoeften.

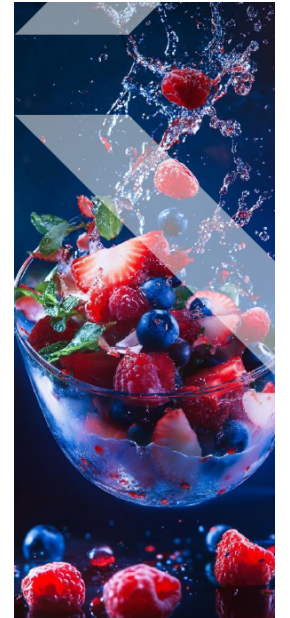
Creative presentatie en inspiratie: beide groepen willen geïnspireerd worden. Rode gasten zoeken creativiteit en unieke gerechten. Blauwe gasten vinden het leuk als medewerkers hen verrassen met iets nieuws. Train medewerkers om actief suggesties te doen en gerechten aantrekkelijk te presenteren.

Gezellige en zakelijke functies combineren: beide groepen willen het restaurant gebruiken voor sociale of zakelijke doeleinden. Rode gasten gebruiken het voor vergaderingen en borrels. Blauwe gasten ontvangen er zakenrelaties. Zorg voor een inrichting die zowel gezelligheid als zakelijke professionaliteit biedt.

Heldere communicatie over aanbod: beide groepen willen goed geïnformeerd worden. Blauwe gasten willen duidelijke uitleg over gezonde keuzes. Rode gasten hechten waarde aan transparantie over duurzaamheid, bijvoorbeeld via true pricing. Gebruik aantrekkelijke borden, schermen of kaarten om het aanbod duidelijk te communiceren.

Bied een mix van comfort en verrassing: promoot gerechten die herkenbaar en vertrouwd zijn, maar ook nieuwe en verrassende combinaties. Dit houdt het interessant voor beide groepen.

Focus op creativiteit, flexibiliteit, inspiratie en duidelijke communicatie



2024: BSR AI ASSISTENT

- Segmenten beter leren kennen
- Concepten en vragen voorleggen
- Content genereren



BASIS ARCHITECTUUR: AZURE OPENAI SERVICES

Basis architectuur:

De BSR Chatbot is gebouwd op de Services Architectuur van Microsoft Azure.

Standaard Azure OpenAI biedt zekerheden:

Onder de voorwaarden, die we hebben toegepast, geeft Microsoft aan dat deze diensten ingevoerde prompts en documenten (inputs) en antwoorden (outputs):

- Niet beschikbaar zijn voor andere klanten van Microsoft en voor OpenAI
- Niet worden gebruikt voor het verbeteren an OpenAI modellen
- Niet gebruikt worden om de Microsoft Azure diensten te trainen of te verbeteren
- Niet gebruikt om producten of services van Microsoft of derden te verbeteren zonder uw toestemming of instructie.

Use cases



WERVINGSBOODSCHAP



Inzichtzoekers

**Word lid van
Natuurmonumenten en ontdek
de kracht van de natuur, terwijl
je jezelf ontwikkelt**

Als lid krijg je exclusieve toegang tot educatieve workshops, rustige natuurgebieden en unieke culturele ervaringen. Draag bij aan waardevol onderzoek en behoud van onze natuur en vind rust en inspiratie in de pracht van onze flora en fauna.

Je lidmaatschap is niet alleen een investering in de natuur, maar ook in jezelf!



Plezierzoekers

**Word lid van
Natuurmonumenten en beleef
elk avontuur dat de natuur te
bieden heeft!**

Geniet van spannende activiteiten, gezellige evenementen en ontdekkingsreizen door de mooiste natuurgebieden van Nederland. Of je nu zoekt naar een dag vol plezier met vrienden en familie, of een spontaan avontuur in de buitenlucht – als lid is er altijd iets te beleven.

Sluit je aan en maak van elk uitje een onvergetelijke ervaring!

CONTENTKALENDER

Natuurlijk, hier is een voorbeeld van een contentkalender voor 1 maand (4 weken) met focus op de vier doelgroepsegmenten: Verbindingszoekers, Rustzoekers, Inzichtzoekers, en Stijlzoekers. We gaan uit van 5 posts per week (ma-vr):

Week 1

****Maandag:**** [Doelgroep: Verbindingszoekers] - Post: "Maak samen onvergetelijke herinneringen met onze adembenemende fiets- en wandelroutes langs het water en door de groene natuur van Hart van Limburg 🌳 🚲 📷"

****Dinsdag:**** [Doelgroep: Rustzoekers] - Post: "Ontsnap aan de drukte en ontdek de rust in onze pittoreske dorpjes. Gewoon even ontspannen en genieten van de stilte 🏠 🌿"

****Woensdag:**** [Doelgroep: Inzichtzoekers] - Post: "Verken de rijke geschiedenis van Hart van Limburg met een bezoek aan onze prachtige musea en historische bezienswaardigheden 📖 🏛️"

****Donderdag:**** [Doelgroep: Stijlzoekers] - Post: "Geniet van een culinaire ervaring in onze exclusieve restaurants en ontdek unieke smaken met een prachtig uitzicht over het water 🍷 🌊"

****Vrijdag:**** [Algemeen] - Post: "Hart van Limburg biedt voor ieder wat wils, van natuur en cultuur tot culinaire hoogstandjes en ontspanning. Wat ga jij dit weekend doen? 🌸 🍁"

Week 2

****Maandag:**** [Doelgroep: Verbindingszoekers] - Post: "Kom samen en ervaar de gezelligheid van onze lokale markten en ambachtswinkels. Perfect voor een dagje uit met vrienden en familie 🛍️ ❤️"

****Dinsdag:**** [Doelgroep: Rustzoekers] - Post: "Laat je verwennen in de sauna of ontspan bij een rustige wandeling door onze uitgestrekte natuurgebieden 🌄 🧘"

****Woensdag:**** [Doelgroep: Inzichtzoekers] - Post: "Duik in de wereld van kunst en cultuur met een bezoek aan onze galerieën en tentoonstellingen. Ontdek en leer iets nieuws 🎨 🧠 🎭"

****Donderdag:**** [Doelgroep: Stijlzoekers] - Post: "Combineer ontspanning en luxe met een verblijf in een van onze exclusieve resorts. Laat je verwennen en geniet van het goede leven 🏡 🌊 🛀"

****Vrijdag:**** [Algemeen] - Post: "Waar je ook naar op zoek bent - avontuur, rust, cultuur of luxe - Hart van Limburg heeft het allemaal. Wat zijn jouw plannen voor dit weekend? 🌻 🌿"

WEBSITEBEOORDELING

Waarom Beerze Bulten?



01

5-sterren vakantiepark

Beerze Bulten is een 5-sterren Vakantiepark en erkende ANWB Top camping, predicaat voor campings die de maximale score halen bij de inspectie.

02

BTW garantie

Natuurlijk hopen wij dat de BTW-verhoging in 2026 niet doorgaat, want in dat geval krijg jij het te veel betaalde gewoon terug. Dat is onze BTW-garantie!

03

Kindvriendelijk & familiair

Ons natuurlijk aangelegde vakantiepark is autovrij en mede daardoor een groot paradijs voor kinderen. Daarnaast bezorgen we je een gevoel van thuiskomen door de familiale sfeer.

04

Bosrijk gelegen

Gelegen midden in de heerlijke natuur van het Vechtdal, langs rivier de Vecht. We hebben een tal van wandel- en fietsroutes voor je klaarliggen.

➔ 3.100+ gasten [beoordelen](#) ons gemiddeld met een 9.1 ➔

WEBSITEBEOORDELING

Ja, ik ken de Beerze Bulten! Het is een bekende camping en vakantiepark in het Overijsselse Vechtdal. Het park staat bekend om zijn hoge kwaliteit, familievriendelijke sfeer, en biedt uitgebreide faciliteiten zoals een binnen- en buitenzwembad, een zwem- en speelparadijs, luxe accommodaties en animatieprogramma's voor kinderen.

Beerze Bulten lijkt geschikt te zijn voor meerdere BSR-leefstijlen, zoals:

1. **Harmoniezoekers:** Perfect voor gezinnen, met een focus op samen genieten en ontspanning. De familieweekenden en kindvriendelijke faciliteiten sluiten goed aan bij deze leefstijl.
2. **Verbindingszoekers:** De sociale, gemoedelijke sfeer van een vakantiepark waar je andere vakantiegangers ontmoet, past goed bij deze groep.
3. **Plezierzoekers:** De vele entertainmentmogelijkheden, zoals animatieprogramma's en zwemparadijzen, maken het erg aantrekkelijk voor deze groep, vooral gezinnen met jonge kinderen.
4. **Rustzoekers:** Het natuurschoon van het Vechtdal en de mogelijkheid van rustige wandelingen en geen drukte maken het ook geschikt voor rustzoekers.



Opdracht:
de Vakantie &
Vrije Tijd
leefstijlen

LEEFSTIJLVINDER.NL



LEEFSTIJLVINDER
VAKANTIE EN VRIJE TIJD
by MarketResponse

OPDRACHT



Zet je leefstijlbril op en ga samen aan de slag. Je bent ingehuurd door een grote vakantieparkketen om een nieuw vakantiepark in Nederland te ontwikkelen. Dit vakantiepark moet perfect aansluiten bij één van de Leisure leefstijlen.

Denk na over:

- Hoe ziet het vakantiepark eruit qua accommodaties, faciliteiten, activiteiten voor de gasten en denk bijvoorbeeld ook na over de sfeer.
- En vervolgens: met welke marketing en communicatie spreek je je doelgroep aan (denk aan kanaal, tone of voice, beeldgebruik).
- Bonus: bedenk ook een passende naam en slogan voor je vakantiepark.

Bereid een korte presentatie voor de andere groepen voor.

WAT VINDT DE ASSISTENT?

Aan de hand van jullie input laten we de assistent raden welke leefstijl is bedoeld en vragen we hem om tops en tips 😊 Helemaal live!

Hierna hebben we ook nog de uitwerkingen per leefstijl die de Assistent zelf maakte met deze opdracht.

UITWERKING OPDRACHT DOOR AI ASSISTENT

1. Avontuurzoeker

Naam: *Explore Nederland*

Slogan: *"Jouw avontuur begint hier!"*

Accommodaties: Uniek en avontuurlijk, waaronder boomhutten, tiny houses en yurts. Alles met een duurzaam design en een eigen flair. Kampeerplaatsen met hoogwaardige faciliteiten voor de echte avonturier.

Faciliteiten: Klimmuren, zipline, kajakstation, ontmoetingsplaatsen met creatieve workshops, lokale kunst, gedeelde werkplaatsen en outdoor sportfaciliteiten.

Activiteiten: Kunstworkshops, outdoor trekking, kajakken, excursies naar lokale hotspots, kooklessen met lokale recepten en avontuurlijke speurtochten in natuurgebieden.

Sfeer: Dynamisch en energiek. Vrijheid om je eigen plannen te maken, omgeven door natuur en creatieve inspiratie.

Marketing en communicatie:

- **Kanaal:** Instagram, TikTok en YouTube voor dynamische ervaringen en avontuurlijke beelden. Beïnvloeding door outdoor influencers en samenwerkingen met reisbloggers.
- **Tone of voice:** Inspirerend, energiek en gericht op zelfontwikkeling. "Maak je eigen verhaal. Dit is jouw avontuur."
- **Beeldgebruik:** Beelden van mensen in actie: klimmen, kajakken, genieten van kampvuren en creatieve workshops. Veel gebruik van open natuur en levendige kleuren.

UITWERKING OPDRACHT DOOR AI ASSISTENT

2. Plezierzoeker

Naam: *Fun Village Nederland*

Slogan: *"Hier is het altijd feest!"*

Accommodaties: Gezinsvriendelijke bungalows en hotelkamers met moderne, frisse interieurs. Themakamers voor kinderen, zoals piratenkamers of magische fantasiekamers.

Faciliteiten: Meerdere zwembaden inclusief glijbanen, indoor speeltuinen, sportvelden, kindvriendelijke restaurants, snackbar, feest- en evenementenhal.

Activiteiten: Grote shows, kinderdisco, speurtochten, groepsfitness, dansworkshops, sportevenementen en live entertainment.

Sfeer: Gezellig, levendig en bruisend. Perfect voor families en groepen die houden van sociale interactie.

Marketing en communicatie:

- **Kanaal:** Facebook, Instagram en TikTok voor het delen van leuke familiefoto's, vreugdevolle activiteiten en evenementen. Adverteren via kindgerichte en familieplatforms.
- **Tone of voice:** Enthousiast, speels en uitnodigend. "Altijd plezier voor iedereen!"
- **Beeldgebruik:** Felgekleurde visuals met lachende families en kinderen die samen spelen, dansen en genieten.

UITWERKING OPDRACHT DOOR AI ASSISTENT

3. Harmoniezoeker

Naam: *Harmony Haven*

Slogan: *"Samen is alles beter!"*

Accommodaties: Grote gezinschalets met huiselijke inrichting, open woonruimtes, spelletjes en royale terrassen.

Faciliteiten: Knusse wellness, rustige zwembaden, kinderboerderijen, wandelroutes, gezellige restaurantjes en barbecueplekken met grote picknicktafels.

Activiteiten: Gezinswandelingen, zwemactiviteiten, gezinsworkshops, knutselen, dieren verzorgen, spelletjes avonden in het clubhuis en gezamenlijke films kijken.

Sfeer: Warm, gezellig en uitnodigend; een plek waar families echt tijd voor elkaar kunnen maken.

Marketing en communicatie:

- **Kanaal:** Facebook en familiegerichte blogs of magazines, met rustgevende visuals en verhalen van gezinnen.
- **Tone of voice:** Vriendelijk, huiselijk en uitnodigend. "Waar herinneringen worden gemaakt."
- **Beeldgebruik:** Foto's van families die samen lachen, koken, spelen en ontspannen, in gezellige, warme kleuren en huiselijke settings.

UITWERKING OPDRACHT DOOR AI ASSISTENT

4. Verbindingszoeker

Naam: *Together Retreat*

Slogan: *"Zorg voor elkaar, geniet van elkaar."*

Accommodaties: Eenvoudige maar comfortabele familiehuisjes en uitnodigende groepsaccommodaties, inclusief ruime eethoek en grote tuinen om samen te genieten.

Faciliteiten: Ruime natuurgebieden, open vuurplaatsen, workshops en ruimtes voor samenzijn, kleinschalige eetgelegenheden en leesruimtes.

Activiteiten: Groepswandelingen, kampvuuravonden, yoga en mindfulness sessies, gezamenlijke kookworkshops, spelletjes en natuurverkenningen waarvan mensen leren.

Sfeer: Natuurlijk, gebalanceerd en open voor ontmoetingen. Een plek waar je samenkomt en jezelf kunt zijn.

Marketing en communicatie:

- **Kanaal:** Facebook, ouderwetse brochures en samenwerkingen met verenigingen en lokale sociale initiatieven.
- **Tone of voice:** Rustig, warm en oprecht. "Het echte leven, heel dichtbij."
- **Beeldgebruik:** Natuurlijke kleuren, ontspannen mensen in harmonieuze omgeving, foto's van groepen die genieten van samenzijn.

UITWERKING OPDRACHT DOOR AI ASSISTENT

5. Rustzoeker

Naam: *Silent Escape*

Slogan: *"Even helemaal niets, puur genieten."*

Accommodaties: Knusse eenpersoons of duo-cabines, met grote ramen naar de natuur, een open haard, comfortabele bedden en rustgevende inrichting.

Faciliteiten: Stiltezones, wellness en spa, privé tuinplekken, rustige bibliotheken en een groot aanbod aan wandelpaden in de natuur.

Activiteiten: Yoga, rustige wandelingen, meditatiesessies, schilderlessen en mindfulness cursussen.

Sfeer: Sereen, intiem en zacht. Een plek waar stilte regeert en rust centraal staat.

Marketing en communicatie:

- **Kanaal:** Minimalistische offline campagnes via print, lokale magazines en online via Pinterest en Facebook.
- **Tone of voice:** Rustig, bedachtzaam, zacht. "Kom tot jezelf."
- **Beeldgebruik:** Eenvoudige, serene visuals van natuur, ontspanning, en rustige momenten in kalmerende tinten.

UITWERKING OPDRACHT DOOR AI ASSISTENT

6. Inzichtzoeker

Naam: *Focus Park*

Slogan: *"Verdiep jezelf, ontdek meer."*

Accommodaties: Minimalistische, rustige studio's met werkruimte, leeshoekje, grote ramen en comfortabele meubels voor contemplatie en concentratie.

Faciliteiten: Bibliotheek, tentoonstellingsruimte, natuur ontdekkingstocht-paden, yogaruimtes, en kunst- en cultuur ruimtes.

Activiteiten: Lezingen, filosofische workshops, documentairescreenings, educatieve wandelingen en bezienswaardigheden tours.

Sfeer: Intellectueel, inspirerend en reflectief. Vrij van drukte en storende geluiden.

Marketing en communicatie:

- **Kanaal:** LinkedIn voor bedrijfsgerelateerde communicatie, culturele digitale platformen en niche blogs.
- **Tone of voice:** Verdiepend, maar toegankelijk. "Inspiratie? Dat komt vanzelf, hier bij ons."
- **Beeldgebruik:** Natuur, moderne interieurs van bibliotheken, lezingen, kunstwerken en toevluchtsoorden. Kalme kleuren en een clean design.

UITWERKING OPDRACHT DOOR AI ASSISTENT

7. Stijlzoeker

Naam: *Elite Resort*

Slogan: *"Leef de luxe, ervaar het mooiste in Elite Resort"*

Accommodaties: High-end luxe villa's met privéspa's, zwembaden, designmeubilair en state-of-the-art technologie.

Faciliteiten: Exclusieve wellness spa, fitnessruimte, golfbanen, designerboetieks, en privélounges met internationale sterrenchefs.

Activiteiten: Wijnproeverijen, sterrendiners, luxe excursies, personal training sessies, exclusieve feesten en premium wellnessprogramma's.

Sfeer: Luxe, elegant en exclusief. Een plek waar perfectie de standaard is.

Marketing en communicatie:

- **Kanaal:** Instagram, TikTok en luxe tijdschriften (online en offline). Samenwerkingen met high-end influencers.
- **Tone of voice:** Stijlvol, zelfverzekerd en premium. "Stijlvol genieten, want jij verdient het beste."
- **Beeldgebruik:** Close-ups van luxe details: marmeren design, prachtige zwembaden, exclusieve diners en sporten op de golfbaan.

PROBEER HET ZELF UIT!





MARKET RESPONSE

marketresponse.nl



LEEFSTIJLVINDER *Live*

INNOVATIE IN COMMUNICATIE MET DE BSR AI ASSISTENT



Download
de presentatie