



KIVI

Presentatie leden, studenten en
werkenden (niet leden)

2020

 AlphaRainbow
MARKETING INTELLIGENCE & STRATEGY



1

Inleiding & doelstellingen

2

Plan van aanpak

3

Resultaten

4

Conclusies & aanbevelingen

5

Bijlagen

Inleiding & doelstellingen

Inleiding

KIVI wil weten wat huidige leden ertoe aanzet om lid te zijn en te blijven. En met name, welke proposities KIVI kan aanbieden aan jonge niet-leden (werkenden en studenten) om deze tot een lidmaatschap aan te zetten.

AlphaRainbow is gevraagd hier onderzoek naar te doen.

Doelstellingen

Concrete inzichten genereren in de drijfveren voor lidmaatschap van bestaande en potentiële leden voor KIVI en deze vertalen naar concrete activiteiten die efficiency en effectiviteit van werving en behoud vergroten. Inzichten gebruiken om gericht en direct invulling/sturing te geven aan de waarde propositie naar bestaande en nieuwe leden.



1

Inleiding & doelstellingen

2

Plan van aanpak

3

Resultaten

4

Conclusies & aanbevelingen

5

Bijlagen

Plan van aanpak

Niet-leden (werkenden en studenten)

Kregen 1 van 3 proposities aangeboden via sociale media en email waarna ze gevraagd werd om:

1. De aantrekkelijkheid te waarderen op een schaal van 0-10
2. Statements over de propositie te beoordelen (gesloten vraag)
3. Het gegeven cijfer in 1. te motiveren (open vraag)
4. Een tip te geven (open vraag)

Leden (werkenden, gepensioneerden en studenten)

Aan hen werd gevraagd om:

- i. Aan te geven of ze KIVI zouden aanbevelen op een schaal van 0-10
- ii. Statements over KIVI-proposities/diensten te beoordelen (gesloten vraag)
- iii. Het gegeven cijfer in i. te motiveren (open vraag)
- iv. Een tip te geven (open vraag)
- v. Aan te geven hoe het ideale KIVI er uit zou moeten zien middels het selecteren van 6 foto's (van 24) en hun keuze te motiveren



1

Inleiding & doelstellingen

2

Plan van aanpak

3

Resultaten

4

Conclusies & aanbevelingen

5

Bijlagen

Niet-leden ingenieurs

Gesloten vragen

- Gemiddeld gaf 7% van de respondenten een 9 of 10 op de proposities! 55% gaf een 7 of 8
- Uit de kwantitatieve analyse van de statements blijkt dat 5 aspecten het hoogste scoren:
 1. De vakinformatie met garantie op kwaliteit en betrouwbaarheid
 2. De mogelijkheden die technologie biedt voor een betere samenleving
 3. Het bijdragen aan de benodigde transitie (energie, klimaat, voedsel)
 4. Het technologie magazine "De Ingenieur"
 5. Een portal met de laatste nieuwtjes en informatie

Open vragen

- Motivaties die vaak zijn genoemd voor interesse in KIVI: vakinhoudelijk netwerken, kennis delen, op de hoogte blijven van laatste technologieën en ontwikkelingen en publicaties m.b.t. maatschappelijke ontwikkelingen
- Vaak genoemde tips: meer zichtbaar zijn, maatschappelijke onderwerpen aankaarten en samenwerken met andere brancheverenigingen

Niet-leden studenten

Gesloten vragen

- Gemiddeld gaf 13% van de respondenten een 9 of 10 op de propositities! 65% gaf een 7 of 8
- Uit de kwantitatieve analyse van de statements blijkt dat 4 aspecten het hoogste scoren (>8,0):
 1. Excursies naar bedrijven waar je anders niet binnenkomt
 2. Informatie over stages/vacatures voor beroepen
 3. Interacties met een senior/ervaren ingenieur
 4. De vakinformatie met garantie op kwaliteit en betrouwbaarheid

Open vragen

- Motivaties die vaak zijn genoemd voor interesse in KIVI: een professioneel netwerk kunnen opbouwen, de mogelijkheid tot niet-commerciële bedrijfsbezoeken en het blad "De Ingenieur"
- Vaak genoemde tips: Studenten meer informeren over KIVI via de opleidingen, het bestaansdoel van KIVI duidelijk maken, studenten informeren over een mogelijke carrière en meer dingen organiseren voor studenten

Leden

Gesloten vragen

- Gemiddeld gaf 17% van de respondenten een 9 of 10 en 62% een 7 of 8 op de aanbevelingsvraag (NPS)
- Uit de kwantitatieve analyse van de statements blijkt dat 5 aspecten het hoogste scoren
 1. Mogelijkheden die technologie biedt voor een betere samenleving
 2. Een bijdrage leveren aan de belangrijke transitities
 3. Het technologie magazine "De Ingenieur"
 4. De vakinformatie met garantie op kwaliteit en betrouwbaarheid
 5. Publiciteit op technisch maatschappelijke discussies

Open vragen

- Motivaties die vaak zijn genoemd voor interesse in KIVI: het grote KIVI-netwerk, de betrouwbare kennisdeling (in je eigen vakgebied), het onder de aandacht brengen van de belangen van ingenieurs en het technologie magazine "De Ingenieur"
- Vaak genoemde tips: meer zichtbaar zijn (online/TV), maatschappelijk en politieke debatteren, bevorderen van leden-interactie, activiteiten regionaler laten plaatsvinden, verlagen van drempel tot lidmaatschap, het verjongen (letterlijk en figuurlijk) en meer digitalisering, herinstructie van het technisch weekblad en het stoppen met Chartered Engineer
- Het ideale KIVI is volgens de respondenten een onafhankelijke vereniging die op basis van (technische) prestaties invloed uitoefent voor een betere wereld



1

Inleiding & doelstellingen

2

Plan van aanpak

3

Resultaten

4

Conclusies & aanbevelingen

5

Bijlagen

Conclusies & aanbevelingen

	Conclusies	Aanbevelingen
A	Er zijn grote overeenkomsten tussen de onderzochte groepen t.a.v. wat ze aantrekkelijk vinden om lid te worden dan wel over wat ze motiveert om lid te blijven en anderen aan te raden om ook lid te worden.	-
B	Voor alle groepen is vakinformatie met garantie op kwaliteit en betrouwbaarheid van heel groot belang en aantrekkelijk	Ontwikkel dit verder en draag dit breed en intensief uit als KIVI feature en benefit
C	Leden en niet-leden Ingenieurs vinden het belangrijk dat KIVI zich bezighoudt met de maatschappij, bijdraagt aan de benodigde transitie en dat KIVI de mogelijkheden die technologie biedt voor een betere samenleving zichtbaar maakt.	Gebruik bovengenoemde thema's multidimensionaal. (Lezingen, excursies, artikelen, debating, ...)
D	Vakinhoudelijk/professioneel netwerken is van groot belang. Voor studenten gaat het om (de hulp bij) het opbouwen van hun netwerk. Voor anderen gaat het over het onderhouden en uitbreiden van hun netwerk	Faciliteer vakinhoudelijk/professioneel netwerken als KIVI bijvoorbeeld middels communities
E	Het delen van kennis en ervaring (in het eigen vakgebied) is voor alle groepen belangrijk. Hiermee wil men op de hoogte blijven of gebracht worden. Daarbij zijn voor studenten met name niet commerciële bedrijfsbezoeken interessant.	Biedt mogelijkheden voor delen van kennis en ervaring in het eigen vakgebied en organiseer bedrijfsbezoeken voor studenten
F	Het technologie magazine "De Ingenieur" wordt door alle groepen gewaardeerd en lijkt een uitstekend middel om B, C en D in te vullen en uit te dragen.	Gebruik "de Ingenieur" uitbundig als tastbaar icoon van KIVI

Conclusies & aanbevelingen

	Conclusies	Aanbevelingen
G	Alle groepen vinden dat KIVI zichtbaarder moet zijn. Studenten noemen specifiek de opleidingen en studieverenigingen als middel daarvoor. Ingenieurs en leden praten over online en tv (debat – Jinek – opl)	Maak een zichtbaarheid plan en laat van je horen waar techneuten (virtueel) zijn
H	Studenten willen graag beter weten waartoe het KIVI dient, geïnformeerd worden over carrièremogelijkheden en zien graag events op hun toegespitst.	Ontwikkel een manifest wat duidelijk maakt waar KIVI voor staat, informeer studenten op continue wijze over carrièremogelijkheden en organiseer (virtuele) events met deze topics
I	Leden vinden een portal met nieuwtjes en informatie belangrijk. Verder willen ze graag dat de vereniging letterlijk (leden) en figuurlijk (imago, digitalisering) verjongt	Realiseer een professionele portal en werk in alle aspecten aan een jonger imago (beeld, content, media-gebruik, digitalisering)
J	Er is weinig draagvlak voor accreditatie tot Chartered Engineer	Stop met de accreditatie tot Chartered Engineer
K	-	Profileer KIVI actief als een eigentijdse onafhankelijke vereniging die op basis van (technische) prestaties invloed uitoefent voor een betere wereld



1

Inleiding & doelstellingen

2

Plan van aanpak

3

Resultaten

4

Conclusies & aanbevelingen

5

Bijlagen

Bijlage 1: Getoonde Proposities - Studenten

Propositie A

KIVI helpt jou onder andere om je zelf te ontwikkelen. KIVI doet dit op verschillende manieren. Je kunt lezingen volgen over verschillende vakgebieden, bedrijfsbezoeken doen, zelf bestuurlijke functies uitoefenen en ook kun je een mentor toegewezen krijgen die jou helpt verder te groeien op persoonlijk en professioneel vlak. Ook heeft KIVI een online tool ter beschikking die je kunt gebruiken om je vaardigheden, je doelen en je planning in op te nemen. Het is een handig instrument voor zelfanalyse en reflectie.

Ook kun je jouw prestaties en vaardigheden delen met anderen. Voor KIVI staat jouw persoonlijke ontwikkeling voorop.

Propositie B

KIVI helpt jou om connecties te leggen met niet alleen studenten en professionals in je eigen vakgebied maar biedt ook de mogelijkheid om informatie in te winnen, lezingen te volgen en bedrijfsbezoeken te doen in een ander (technisch) vakgebied. Dit biedt je de mogelijkheid om je breder te oriënteren en te ontwikkelen. KIVI bestaat uit 38 vak afdelingen met ieder hun eigen kennis en netwerk, daarnaast zijn er extra afdelingen die gericht zijn op vrouwen in engineering en op young professionals. Voor KIVI staat een brede oriëntatie en ontwikkeling voorop.

Propositie C

KIVI helpt jou om in contact te komen met interessante professionals, organisaties en bedrijven. Dit doet KIVI door jou op een niet commerciële wijze in contact te brengen met ervaren technische professionals. Niet commercieel betekent dat deze professionals er echt zijn om hun persoonlijke ervaring met jou te delen en om jou voorlichting te geven over bijvoorbeeld een bedrijf, een onderzoeksinstelling of relevante onderwerpen, zonder dat ze hier een commerciële agenda bij hebben. Voor KIVI staat een niet-commerciële ondersteuning bij oriëntatie en netwerken voorop.

Bijlage 2: Getoonde proposities - Niet-leden ingenieurs

Propositie A

KIVI helpt u om u persoonlijk en beroepsmatig te ontwikkelen en om uw professionele netwerk verder uit te breiden. En biedt u de mogelijkheid om deel te nemen aan projecten die gericht zijn op oplossingen voor een schoner milieu, een beter functionerende samenleving en een welvarende wereld voor iedereen.

Propositie B

KIVI helpt u om u persoonlijk en beroepsmatig te ontwikkelen en om uw professionele netwerk verder uit te breiden. KIVI ontwikkelt platforms waar u de laatste nieuwtjes en informatie over uw vakgebied kunt vinden. U kan ook zelf bijdragen door uw kennis en content te delen en deel te nemen aan inhoudelijke discussies.

Propositie C

KIVI helpt u om u persoonlijk en beroepsmatig te ontwikkelen. KIVI heeft een online tool ontwikkelt waarmee u uw competenties kunt plannen, bijhouden en presenteren aan derden. Ook biedt deze tool ondersteuning voor de beroepskwalificaties als Chartered Engineer (CEng) of Incorporated Engineer (IEng).

Bijlage 3: Het ideale KIVI – Positionering Platform

De statement

De doelgroep: de bestaande KIVI-leden en technisch opgeleide professionals

Het probleem van de doelgroep:

Onafhankelijke informatie vergaren, een goed netwerk opbouwen, belang van ingenieur vertegenwoordigen

De markt waarin wij concurreren:

De vakverenigingen in de verschillende takken van techniek

Ons onderscheidende vermogen:

Wij bieden ondersteuning voor technisch opgeleiden, vak gerelateerde informatie en activiteiten die je helpen een betere ingenieur te worden

Ondersteunend bewijs voor ons onderscheidende vermogen:

Wij zijn de grootste overkoepelende organisatie voor ingenieurs die onafhankelijk is van bedrijven en daardoor een eigen, kritische, mening kan vormen

Onze eindbelofte aan de leden:

Wij zullen te allen tijde opkomen voor het belang van de ingenieur, onafhankelijke en betrouwbare vakinformatie delen en het netwerken promoten

Verbeelding

“Wij zijn een onafhankelijke vereniging die op basis van prestaties invloed uitoefent op de wereld”



Het verhaal

Het Koninklijk Instituut van Ingenieurs (KIVI), opgericht in 1847, is met bijna 17.500 members dé community voor ingenieurs en technisch opgeleide professionals (hbo en universitair). Wij zijn een onafhankelijke vereniging die op basis van prestaties invloed uitoefent op de wereld. De basis van onze vereniging ligt bij het verbeteren van de wereld gecombineerd met talent en ongelofelijke nieuwsgierigheid.

Karakter

Innovatief, beschermend, onafhankelijk

Bijlage 4: Het ideale KIVI – Positionering Platform

Ongebonden & Onafhankelijk

KIVI is onafhankelijk van grote bedrijven, waardoor zij vrijuit kunnen spreken en een kritische noot kunnen uiten



Invloed & Leiderschap

KIVI heeft invloed op de maatschappij en komt op voor de belangen van de ingenieur

Vaardig & Talent

KIVI trekt jong talent aan en combineert dat met ervaren ingenieurs



Prestatie & Vooruitgang

KIVI zorgt voor erkenning van de ingenieur. Trots op het lidmaatschap en wat je bereikt hebt. KIVI is toekomst gericht op innovatie



Idealisme & Beter wereld

KIVI gaat voor een betere wereld. Ingenieurs zijn de mensen die de wereld beter kunnen maken



Ontdecken & Nieuwsgierig

KIVI zorgt ervoor dat de ingenieurs op de hoogte blijven van de laatste nieuwtjes en ontwikkelingen

