

De studenten Odile Beishuizen, Tom Dantuma, Charlotte Idzerda, Merijn Keur en Marèl Borsboom hebben in het kader van het Honours Programma 'Intergenerational Collaboration' het tweede semester gewerkt aan een bedrijfsopdracht. De studenten vormden een multidisciplinair team dat zij Carpe Diem hebben genoemd. Vanuit hun verschillende studierichtingen hebben zij naar mogelijkheden gezocht om MyMoriām aantrekkelijker te maken voor gebruikers van verschillende generaties.



**Odile Beishuizen**



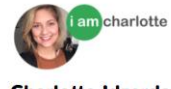
**Marèl Borsboom**



**Tom Dantuma**



**Merijn Keur**



**Charlotte Idzerda**

MyMoriām is een organisatie die een webapplicatie heeft ontwikkeld. Gebruikers van de 'I am'-applicatie van MyMoriām kunnen praktische informatie, wensen, levensdoelen, belangrijke herinneringen en de dingen die er voor hen écht toe doen vastleggen en bijhouden. Met beeld, muziek en tekst. De applicatie zorgt ervoor dat deze informatie beschikbaar is voor vertrouwenspersonen en toekomstige nabestaanden.

Door online een onafhankelijke en laagdrempelige oplossing te bieden voor het vastleggen en bijhouden van zowel praktische als emotioneel waardevolle informatie levert MyMoriām een menselijke aanvulling op de kille zakelijke aspecten waar nabestaanden bij overlijden mee worden geconfronteerd.



Team Carpe Diem heeft onderzocht hoe MyMoriām haar aanbod optimaliseert en aantrekkelijker kan maken voor nieuwe gebruikers. Door trends te analyseren en toekomstscenario's uit te werken is het projectteam ook tot de conclusie gekomen dat de naam 'MyMoriām' sterk associeert met de dood, terwijl de organisatie haar gebruikers juist een platform wil bieden om belangrijke –en vooral ook leuke- gebeurtenissen van het leven vast te leggen.

De levenslustige benadering van de markt sluit niet goed aan op de bedrijfsnaam. In andere talen komt de naam MyMoriām positief over; maar in het Nederlands ontkomt je niet aan de bijmaak van dood. De discrepantie tussen missie en presentatie kan potentiële Nederlandse gebruikers en samenwerkingspartners afschrikken. De meeste bedrijven willen immers niet geassocieerd worden met de dood, en gebruikers willen de dingen die er écht toe doen vastleggen zonder voortdurend te worden geconfronteerd met hun eigen sterfelijkheid.

### *Advies*

Carpe Diem heeft MyMoriAm geadviseerd voor de Nederlandse (en Belgische) markt de naam te veranderen in een naam met een positieve klank. Met een dergelijke naamswijziging kan MyMoriAm de kloof tussen hun missie en presentatie beter overbruggen.

Naast een gedifferentieerde positionering heeft het projectteam ook geadviseerd thema's op de website te creëren die gelinkt zijn aan mutatiemomenten als huwelijken, geboortes, jubilea, diplomering, et cetera. Hierdoor vermindert de associatie met sterfelijkheid. Zakelijk gezien is deze oplossing interessant voor onder andere notarissen en levensverzekeraars. Mensen sluiten levensverzekeringen af als ze een woning kopen en niet als ze al stervende zijn. Je testament herzie je misschien als je stervende bent, maar je stelt het op als je trouwt of kinderen krijgt en als het goed is zijn dat toch vreugdevolle gebeurtenissen!

Omdat de adviezen van Carpe Diem erg herkenbaar bleken en aansluiten op de bevindingen van zowel de gebruikers van de applicatie als het bedrijf zelf, heeft MyMoriAm aangekondigd voortaan zowel in Nederland als in België als 'levensdossier' door het **leven** zullen gaan. Bekijk het resultaat op [levensdossier.nl](https://levensdossier.nl)



# levensdossier

goed geregeld