



Quick Scan! communicatie tien jaar!

Jubiläum

Ons bedrijf viert dit jaar zijn tienjarig jubileum en daar zijn we enorm trots op. Op 1 november 1997 zag Quick Scan! communicatie het levenslicht. Margareth Broek vertrok dat jaar bij Radio Noordzee als communicatiemanager om haar eigen onderneming op te zetten.

NVM

Op haar zolderkamertje zette Margareth haar computer aan, ontwikkelde een ondernemingsplan en een huisstijl en begon. De Nederlandse Vereniging van Makelaars (NVM) in onroerende goederen en vastgoeddeskundigen was haar eerste klant om vervolgens de HSL (HogeSnelheidsLijn) als tweede opdrachtgever bij te schrijven. Al snel volgde de KNVB (voetbalbond) en NS (Nederlandse Spoorwegen). Stuk voor stuk A-merken waarvoor ons bedrijf communicatieactiviteiten mocht verrichten.

Naast communicatieadvies volgden al snel tekstproducties van de hand van Arco en ontwerproducties ontsproten aan de creatieve geest van Rudy. De zolderkamer is inmiddels vervuld voor een kantoorpand aan de Hessenweg 131a te Bilt. Na tien jaar is het team van Quick Scan! communicatie verder uitgebreid met Karina (communicatieadviseur en design), Nico (design) en Paul (accountmanager). De klanten van het eerste uur zijn er nog steeds. www.quickscan-communicatie.nl.

Buro Multa

Nieuwe klant

Al jarenlang is ze mede-eigenaar van een benzinestation in De Bilt. Maar Wendy van Bovenend wil graag weer een andere uitdaging oppakken: het ondernemerschap zit echt in haar bloed. Begin dit jaar is ze gestart met Buro Multa: een bedrijf dat secretariële diensten aanbiedt.

BURO MULTA
secretariële dienstverlening

Samen met Quick Scan! communicatie is Van Bovenend gekomen tot de naam Buro Multa. Multa is een verwijzing naar multifunctioneel. Van Bovenend: „U kunt er niet alleen voor kiezen om de verslaglegging door ons te laten verzorgen, maar ook om de totale organisatie van de bijeenkomst uit handen te geven.”

Extra handjes

Tevens heeft onze huisstijlontwerper Nico ‘het gezicht’ van dit nieuwe bedrijf vormgegeven. Rood en oranje zijn de kleuren die passen bij deze onderneemster. De hand bij het beeldmerk illustreert dat Buro Multa zorgt voor extra ‘handjes’ én een ‘hands on-mentaliteit’ bezit. „Zo ben ik ook: mouwen opstropen en het project van de klant naar volle tevredenheid uitvoeren. Snel en accuraat. Wat dat betreft sluit dat goed aan bij Quick Scan! communicatie: bij dit communicatiebureau is afspraak daadwerkelijk afspraak.” Surf naar www.buromulta.nl: ook dit ontwerp komt van Nico.

Managementbijeenkomst NS

Evenement

Koninginnedag 2006 viel voor de topmanagers van NS dit keer op 29 november. Die dag stond in het teken van de dagelijkse praktijk van calamiteiten die kunnen plaatsvinden tijdens Koninginnedag in Amsterdam. Denk hierbij aan vechtende en dronken reizigers, uitvallen van de stroom, ontspoorde treinen en blikseminslagen. Het doel was dat deelnemers ervaren wat de uitvoering van beslissingen, genomen op managementniveau, voor gevolgen kan hebben voor de activiteiten ‘in het veld’.

COT, Instituut voor Veiligheids- en Crisismanagement, was verantwoordelijk voor de inhoud van de oefening. Quick Scan! communicatie verzorgde de communicatie om de honderd topmanagers te stimuleren aanwezig te zijn op deze dag. In deze communicatie stond de opbouw van de spanning en het vergroten van de nieuwsgierigheid centraal. Dat is gelukt: 86 van de honderd managers waren aanwezig en dat ondanks een drukke agenda.

Koningin

Voor de eerste uitnodiging moesten de managers naar de site www.youtube.com om daar een filmpje te bekijken: sirenes, treinen, en reizigers spatten van het scherm af. Bij de tweede ‘trigger’ stond Koningin Beatrix centraal. Ze prijkte op een ansichtkaart: fier droeg ze het NS-logo op haar jas. De managers ontvingen nog een derde prikkel: een werkende sirene. Ook de dag zelf stond bol van onverwachte elementen. Ons bedrijf had vooraf diverse journaals opgenomen met ‘good old’ Joop van Zijl. Deze voormalige NOS-nieuwslezer werkte graag mee aan de opname van speciale Koninginnedaguitzendingen op 29 november 2006. Hij berichtte over diverse calamiteiten op en rondom het spoor van Amsterdam. Al naar gelang het verloop van de dag, konden de managers kiezen uit drie journaals die zij als slotstuk wilden zien: een journaal dat berichtte dat NS de dag - ondanks de diverse problemen - toch in goede banen had geleid, een journaal dat liet zien dat NS de dag redelijk in goede banen had geleid of een journaal dat informeerde dat NS de dag totaal niet onder controle had en onvoldoende had geanticipeerd op de situatie. Uiteindelijk zijn alle drie journaals uitgezonden onder grote hilariteit. Vanaf een muurposter keek de koningin tevreden mee. Beatrix speelde ook nog een rol bij de terugblik die de aanwezigen een week na de bijeenkomst ontvingen: een levensgrote uiting van haar voorzien van de leerpunten voor de NS-top. www.ns.nl.





Nieuw spaarprogramma EduMasters

Tekst

Na het sparen voor punten bij de supermarkt en bij het tankstation kunnen nu ook punten gespaard worden in het onderwijs om gratis extra uren onderwijsbegeleiding te 'scoren'.

Het spaarsysteem heeft de naam EduMasters gekregen. Koks Gesto - leverancier van meer dan 30.000 schoolartikelen - is samen met zes educatieve begeleidingsdiensten initiatiefnemer van dit spaarsysteem.

Quick Scan! communicatie is in opdracht van Betuwe Promedia Creation actief betrokken bij het spaarprogramma. Zo schrijven we de teksten voor de website www.edumasters.nl, verzorgen we de kopij voor de digitale nieuwsbrief én zijn we tekstueel verantwoordelijk voor de opvallende uitnodiging aan scholen om de vakbeurs NOT te bezoeken én deel te nemen aan EduMasters.

Betuwe Promedia Creation

Al jaren werkt ons bedrijf samen met het grafische bedrijf Betuwe Promedia Creation in Buren. Accountmanager Ferry Latoel licht toe waarom: „Ik beoordeel een samenwerkingsverband op duidelijk en heldere communicatie. Uiteraard moet een externe partner op een identieke wijze een verlengstuk kunnen zijn voor de opdrachtgever. In het geval van Quick Scan! communicatie gaat het om tekstuele communicatie. Van groot belang is dat er goed en aandachtig geluisterd wordt.

Bij het project EduMasters was "the tone of voice" van meet af aan helder! Uiteindelijk geven de volgende kernwoorden aan waarom ik voor Quick Scan! communicatie heb gekozen: toegankelijk, fris, helder en doeltreffend!"

www.edumasters.nl



Kom naar de NOT en
spaar mee met EduMasters

Vastgoedcommunicatie en -marketing: een vak apart

Column

Tegenwoordig worden locaties, gebouwen en steden gezien als merken. Merken in een concurrerend veld van vastgoedobjecten. Een merk dat een middel is om je omzet, winst en marktaandeel te vergroten.

Vastgoedcommunicatie of wellicht beter nog vastgoedmarketing (het gaat immers om het verkopen van vierkanten meters) is een middel om locaties, gebouwen en steden een duidelijke herkenbare en aantrekkelijke positie te geven om financieel gewin te behalen. Al voordat de eerste paal de grond ingaat, moet duidelijk zijn waar een locatie voor staat. Essentieel hierbij is dat de positionering onderscheidend is én waar: beweren en bewijzen gaan immers hand in hand. Voer een SWOT-analyse uit, formuleer de kernwaarden en kijk welke onderdelen geschikt zijn om te vermarkten. Heb je deze elementen op een rij, dan kan sprake zijn van een goede positionering. Haal twee (maximaal drie) elementen eruit die leidend kunnen zijn voor je positionering. Kijk ook wat er nog ontbreekt aan je herkenbaarheid en probeer dit dan toe te voegen. Historische elementen van de stad, de locatie of het gebouw kunnen bijvoorbeeld van waarde zijn.



Paul Stolzenburg

Partijen

Vergeet bij het vermarkten van een vastgoedobject of -locatie niet de rol van de bewoners: zij moeten zich 'happy' voelen bij de gekozen positionering en dat gevoel ook uitdragen. Dat geldt eveneens voor bedrijven: zij hebben immers veel invloed op de economische ontwikkeling van een locatie. Een derde partij zijn de bezoekers: zij komen af op een aantrekkelijke locatie, gebouw of stad.

Zorg dat een creatief bureau als Quick Scan! communicatie aangesloten is. Je komt in een fase waarbij er een creatief concept ontwikkeld moet worden dat de ambitie van een vastgoedobject of een stad optimaal weergeeft. Dat moet vervolgens weer vertaald worden naar het gewenste imago, waarbij diverse producties ontwikkeld moeten worden. Onlangs betrokken wij dit bureau bij de ontwikkeling en verkoop van het appartementencomplex De Sfinx, in Rijswijk. Een complex gepositioneerd als zeer geschikt voor 60-plussers vanwege zijn bereikbaarheid en de nabijheid van voorzieningen. Dat bleek een rake positionering. Vastgoedcommunicatie c.q. - marketing: een vak apart.

Paul Stolzenburg
Directeur Conditum & Partners
www.conditum.nl

Internationale presentatie NVM

Ontwerp

Klant van het eerste uur NVM, de Nederlandse Vereniging van Makelaars o.g. en vastgoeddeskundigen, benaderde ons bedrijf om een Engelstalige powerpointpresentatie te ontwikkelen voor haar internationale activiteiten. Deze presentatie was een onderdeel van de beursstand van de NVM. Het concept, de tekst, de vormgeving en de vertaling kwamen van onze hand. De presentatie is uiteraard gebaseerd op de huisstijlelementen van de NVM. Tevens namen we in ogenschouw dat beursbezoekers snel even een blik willen werpen op een presentatie en dan gepakt moeten worden door datgene wat ze zien. Opvallend beeldmateriaal passend bij de vier disciplines (wonen, vastgoed, bedrijfsonroerend goed en agrarisch onroerend goed) die de NVM vertegenwoordigt, zorgde voor het grijpen van de aandacht van die bezoekers. www.nvm.nl.

