



## Opvallende tekeningen

Ontwerp

Weet u dat Quick Scan! communicatie regelmatig tekeningen maakt? Zo ook voor de Nederlandse Spoorwegen. De telefoon ging: „Kunnen jullie binnen drie dagen een aantal schetsen maken om inzicht te geven in enkele nieuwe producten en diensten op de stations Alkmaar en Koog Zaandijk?” Natuurlijk kon ons bedrijf dat en ook de deadline was geen probleem. Vanuit bestaand fotomateriaal ging onze tekenaar Marga aan de slag. Het station Alkmaar kreeg onder andere een internetzuil en een beveiligingsbeambte en buiten



het station kreeg de Tickets- en Serviceautomaat een betere plaats. Het station Koog Zaandijk werd ondermeer voorzien van een lift, een mobiel serviceteam en een medewerker die een rolstoelgebruiker de trein uit helpt. Zie hier enkele resultaten. [www.ns.nl](http://www.ns.nl).

## Segway

Nieuwe klant

Heeft u met Koninginnedag Maxima gezien op een zogenoemde Segway? De Segway is het eerste elektrisch aangedreven, zelfbalancerende personenvervoermiddel ter wereld. Met behulp van de Segway Human Transporter ben je in staat om je op een snelle en directe manier voort te bewegen. Dit kan in de stad zijn, binnen een bedrijf, maar ook het uitvoeren van een snelle boodschap is een fluitje van een cent met dit vervoermiddel. Bovendien is het rijden op een Segway een unieke en zeer bijzondere ervaring, waardoor vervoer niet langer een noodzakelijk kwaad is maar ook een leuke bezigheid.

### Samenwerking

Nog deze zomer gaat er een proef van start in een aantal fietsenstallingen bij NS-stations om deze Segways daar te kunnen stallen en/of in onderhoud te geven. Ook kunnen reizigers bij de fietsenstallingen een instructie krijgen hoe de Segway functioneert. Quick Scan! communicatie is gevraagd een communicatieplan te schrijven om over deze samenwerking tussen NS en Segway naar buiten te treden. Ook zullen wij in dit kader een aantal middelen ontwikkelen. Uiteraard hebben we zelf ook al een ritje gemaakt op de Segway. Inderdaad: je voelt je de koning te rijk op een Segway. [www.segway.nl](http://www.segway.nl).

## Dynamiek met EsperantoXL

Communicatieadvies

Ze pakken het professioneel aan: de oprichters van het innovatieve systeemintegratorbedrijf EsperantoXL. De vier partners willen een proactief communicatie- en mediabeleid; Quick Scan! communicatie gaat deze onderneming helpen. Het bedrijf uit De Meern richt zich op systeemintegratie, met een sterke focus op efficiënte informatievoorziening, wireless workspots voor informatievoorziening van en naar mobiele medewerkers en business Intelligence voor het optimaliseren van management informatie voorziening. EsperantoXL levert hiervoor consultancy, architecturen, softwareontwikkeling en onderhoud. Inmiddels bestaat het bedrijf sinds 2002.

### Expert

Een van de directeuren, Bram Berkelaar, motiveert zijn keuze voor ons bedrijf als volgt: „EsperantoXL houdt zich het liefst bezig met haar kernactiviteit (ict en business). Bij overige activiteiten schakelen wij experts in voor begeleiding en ondersteuning, waarmee versnelling, kwaliteit en een beter kennisniveau wordt verkregen. Omdat op het vlak van marketing en communicatie de eerste indrukken vaak het sterkst bepalend zijn, vindt EsperantoXL het belangrijk om hierin professionele en creatieve ondersteuning te krijgen. EsperantoXL heeft voor Quick Scan! communicatie gekozen, omdat ze bekend is met de werkwijze van dit bureau vanuit gezamenlijke projecten bij de Nederlandse Spoorwegen. Hiernaast heeft Quick Scan! communicatie een gedegen referentielijst, een zeer motiverende en dynamische uitstraling en een aanpak die past bij de bedrijfscultuur van EsperantoXL.”



### Aanpak

Om tot een bruikbaar communicatieplan te komen heeft Quick Scan! communicatie uiteraard enkele keren gesproken met de vier partners van EsperantoXL. Ook met de designer van het beeldmerk van dit bedrijf is overleg geweest. Uiteraard zijn enkele klanten eveneens betrokken geweest bij de totstandkoming van het communicatieplan. Wat zijn volgens hen de sterke punten en verbeterpunten van EsperantoXL en waarom werken ze samen met dit systeemintegratorbedrijf? Deze gesprekken leverden waardevolle informatie op voor de realisatie van het plan. Daarnaast heeft Quick Scan! communicatie een korte marktverkenning verricht om tot een bruikbaar plan te komen. De komende maanden gaat EsperantoXL in samenwerking met ons bedrijf het geformuleerde communicatiebeleid uitvoeren. Overigens is eveneens een mediaplan in de maak. [www.esperantoxl.nl](http://www.esperantoxl.nl).



## Nieuwe site

Internet

Net gelanceerd: de tweede generatie van de website voor Quick Scan! communicatie. Met een zoekfunctie, heel veel referenties, betere toegankelijkheid van de populaire e-cards met de muis van ons bedrijf en de vertrouwde communicatietips. Ook op de homepage levert onze



beeldmerk een liefdevolle bijdrage aan de vriendelijkheid van onze site. Surf dus naar [www.quickscan-communicatie.nl](http://www.quickscan-communicatie.nl).

## Toegankelijkheid

Quick Scan! communicatie was acht jaar geleden vooruitstrevend met haar website én haar content management systeem (cms). De eerste site heeft lang dienst gedaan en elke week maakte het team wel gebruik van het cms-systeem. De site groeide dan ook gestaag en vele bezoekers zagen hun kans schoon een digitale kaart te versturen. Vorig jaar startte Quick Scan! communicatie dan eindelijk met de ontwikkeling van een nieuwe site. De uitgebreide informatiebronnen moeten beter toegankelijk worden voor de bezoekers, luidde de opdracht. Ook was het streven om de vele projecten die ons bureau inmiddels heeft uitgevoerd dynamisch in beeld te brengen. Dat is gelukt, menen we. Oordeel zelf en neem eens de tijd om onze nieuwe site te bezoeken:

[www.quickscan-communicatie.nl](http://www.quickscan-communicatie.nl). En laat ons weten wat uw mening is: [mening@quickscan-communicatie.nl](mailto:mening@quickscan-communicatie.nl).

## Boodschappentas Corio

Corio, één van de grootste beursgenoteerde beleggers in vastgoed, vroeg ons een praktische tas te ontwikkelen. Zo gezegd, zo gedaan. De huisstijl van dit bedrijf kunnen we inmiddels dromen, de vastgoedprojecten kennen we ook en we weten dat Corio zijn focus heeft op retail. Dat bracht ons bij een kleine plastic tas. De vestigingen van het bedrijf, de vier opvallende kleuren en natuurlijk de vastgoedobjecten werden het stralend middelpunt van deze tas.

[www.corio-eu.com](http://www.corio-eu.com).

## Schreeuwen of fluisteren?

Column

Nederland schreeuwt om Waarden en Normen. Bij de laatste peilingen over de landelijke politiek en de vraag waar de landelijke politiek zich vooral voor moet inzetten kwam het onderwerp weer op de derde plaats. Dus het item is nog steeds zeer actueel en is blijkbaar een breed maatschappelijk thema, dus ook in de sport.

De Nederlandse Christelijke Sport Unie (NCSU) is al jarenlang bezig met waarden en normen in de sport. We hebben een concreet aanbod van producten, praktische handleidingen en interactieve cursussen rondom dit onderwerp in de sport. Dus het verhaal van Jan Peter Balkenende omzetten in daden.

Als we praten over daden in waarden en normen, dan spreken we niet over de ander maar over jezelf. Wat kan ik er aan doen? De kern voor elke sportvereniging op het gebied van waarden en normen is: 'Voed je leden op, begin bij jezelf.'



Aart-Jan Warnaar

### Soft imago?

Mijns inziens ligt daar een uitdaging voor elke sportvereniging. Dat voelen veel clubs ook zo, want zij grijpen bijvoorbeeld naar de cursus 'gedragsregels'. Maar niet alle sportverenigingen gaan die uitdaging aan. Waarom nog niet? Ligt het aan het 'softe imago' van het thema, misschien de kosten of weet de doelgroep onvoldoende van ons en onze dienstverlening af? Ik ben bang dat dit laatste punt nog ruimte tot verbetering behoeft. Daarbij speelt communicatie en profilering uiteraard een cruciale rol. Opdrachtgevers (sportbonden, gemeenten) en deelnemers (kader van sportverenigingen) zijn overigens wel tevreden over de prijs-kwaliteitsverhouding.

Kortom, als organisatie meer van de daken schreeuwen dat de waarden en normen-diensten bestaan en nut hebben! Trainingen een andere titel geven, dus een de training 'Spelverruwing, hoezo?!' wordt nu de training 'Doodschop, hoezo?' Als ik de PR-jongens en -meisjes moet geloven, dan moet ik immers grover worden met mijn titels om meer aandacht te krijgen van het publiek. Bij de cursus 'Etterbakken' hebben we inderdaad ervaren dat een prikkelende titel werkt in de promotie. Maar hoe ver moet ik gaan? Een interessante uitdaging voor ons eigen communicatiegedrag rond waarden en normen in de sport: schreeuwen of fluisteren om aandacht?

Aart-Jan Warnaar  
Manager Diensten NCSU,  
Nederlandse Christelijke Sport Unie  
[www.ncsu.nl](http://www.ncsu.nl)



Ontwerp

