



Huisstijl Klein Galgenwaard

Ontwerp

Als voetballiefhebbers zijn we blij met FC Utrecht-legende Jean-Paul de Jong als klant. Deze bevolgen speler denkt aan zijn toekomst na het voetballen en is begonnen met de stichting Klein Galgenwaard. Quick Scan! communicatie is gevraagd een huisstijl voor deze stichting te ontwikkelen.

‘Sport voor iedereen, hart voor stad en regio’ is het motto van Stichting Klein Galgenwaard. Jean-Paul en zijn team willen met name voor achtergestelde groepen in de regio Utrecht sportbeoefening toegankelijk maken. Sport kan het middel zijn om deze groepen op een goede manier te betrekken bij het maatschappelijk proces.



Kernwaarden

Om tot een passende huisstijl te komen heeft Quick Scan! communicatie samen met De Jong enkele kernwaarden geformuleerd. Betrokkenheid, gedrevenheid, uitdaging, samenbrengen, initiatief, sociaal en Utrecht zijn de dragers van de huisstijl. Aan de hand van enkele sessies kwam ons bedrijf met diverse passende concepten, waarbij de FC Utrecht-kleuren rood en blauw dominant aanwezig waren. Ook sportlijnen vormen naast het krachtig beeldmerk een opvallend element in de huisstijl dragers als visitekaartje, briefpapier, met vriendelijke groetenkaartje en een informatiemap. Meer weten over Klein Galgenwaard? www.kleingalgenwaard.nl.

Vista Village

Nieuwe klant

In het noorden van Aruba worden 180 appartementen gebouwd. In 2010 moet dit appartementencomplex - Vista Village Resort genaamd - gerealiseerd zijn. Kenmerkend voor Vista Village is dat het niet aan het strand ligt, de bewoners met extra diensten en producten als fitnessruimte, supermarkt en shuttleservice in de watten worden gelegd en dat je kunt genieten van een prachtig uitzicht op het Caribische eiland Aruba waar altijd een zacht briesje waait. De appartementen zijn vooral bedoeld voor Amerikanen, West-Europeanen (denk aan Nederlanders) en Zuid-Amerikanen (in het bijzonder Venezuela en Brazilië) in de leeftijd van 40-70 jaar.

Marketingcommunicatie

Quick Scan! communicatie heeft de uitdagende taak gekregen de marketingcommunicatie voor dit bouwproject te ontwikkelen en uit te voeren. Dat doen we maar al te graag. Inmiddels heeft ons bedrijf het marketingcommunicatieplan in concept klaar waarin onder andere de doelgroepen zijn omschreven, de kansen en aandachtspunten zijn geformuleerd, het medialandschap in kaart is gebracht en waarin de marketingcommunicatiekalender vorm heeft gekregen. Ook hebben we onlangs de website www.arubavistavillage.com ontworpen en zijn we druk doende de informatiebrochure voor potentiële investeerders te ontwikkelen. In juni reizen we af naar dit heerlijke eiland om samen met de makelaars te brainstormen. Wordt vervolgd. www.arubavistavillage.com.

Gemeente Zoetermeer

Advies

Ben jij de volgende? Vrijwilliger! Wekenlang kunnen inwoners van de gemeente Zoetermeer er niet omheen dat er een vrijwilligerscampagne wordt gehouden. De Zoetermeeders krijgen letterlijk een spiegel voorgehouden tijdens het lezen van de slogan: via foliedruk is een spiegel ontwikkeld.

Quick Scan! communicatie heeft deze campagne ontwikkeld voor haar nieuwe klant, de gemeente Zoetermeer. Met nog drie bureaus was ons bedrijf uitgenodigd deel te nemen aan een pitch. Het doel van de campagne is enerzijds huidige vrijwilligers te stimuleren door te gaan met hun nuttige werk en anderzijds nieuwe vrijwilligers te werven. Met ons concept ‘Ben jij de volgende? Vrijwilliger!’ willen we de voorbijganger rechtstreeks aanspreken. Een beoordelingscommissie van de gemeente koos ons concept unaniem.

Kickoff

Inmiddels is de campagne van start gegaan op 9 mei met een officiële kick-off die door wethouder Edo Haan van financiën, sociale zaken en werkgelegenheid en welzijn werd gegeven. Met A2-posters, forexborden, spiegels voor mobiele telefoons, radiospotjes en draaischouwen waarmee je de interesse en de tijd die je hebt, kunt koppelen aan diverse soorten vrijwilligersprojecten, wordt de campagne onder de aandacht gebracht. Door de hele gemeente laten vrijwilligerorganisaties - van sportclubs tot de boodschappendienst - zien dat ze de achter de campagne staan. Maar ook vuilniswagens, dierenambulances en andere gemeentelijke auto's rijden met magneetborden rond voorzien van de campagne-uiting. www.vipzoetermeer.nl en www.zoetermeer.nl.



VOOR MEER INFORMATIE:

WWW.VIPZOETERMEER.NL OF BEL 079 3318736





Speech MBO Raad

Tekst

Voor de voorzitter van de MBO Raad, Margot Vliegenthart, hebben we onlangs een speech geschreven. De MBO Raad is de brancheorganisatie voor middelbaar beroepsonderwijs en volwasseneneducatie. Deze raad is gevestigd in De Bilt. Op 3 april gaf de voorzitter een inleiding tijdens het Symposium Topsport en Leren. Uit een onlangs gepubliceerd onderzoek van de Rijksuniversiteit Groningen blijkt bijvoorbeeld dat goed zijn op school samengaat met goed zijn in sport.

Wat is de aanpak van Quick Scan! communicatie om tot een goede speech te komen? Voordat we aan de slag gaan, willen we onder andere weten wat de aanleiding is voor de speech, wat de centrale boodschap moet zijn, of er achtergrondinformatie beschikbaar is en onder welke omstandigheden de spreker moet spreken.



Spreekritme

Aan de hand van een gesprek met de spreker krijgen we antwoord op vragen als of de spreker een autoriteit is, wat zijn stijl en spreekritme is, of hij een interactieve spreker is of de spreker humor op prijs stelt. We vragen eveneens naar anekdotes: de aandacht van het publiek trek je met persoonlijke verhalen, herinneringen, gedachten en verwachtingen. Verder overleggen we met de spreker of hij gebruik wil maken van een powerpointpresentatie. Ook over het luisterend publiek willen we graag informatie. Wat is de samenstelling: leeftijd, functies, beslissers, homogeen of heterogeen bijvoorbeeld. Wat is hun voorkennis van onderwerp en boodschap? 'What's in it for them?' Maar ook: zijn er valkuilen? Ligt de boodschap gevoelig bij publiek? Ook wil onze tekstschrijver graag weten of het luisterend publiek vragen mag stellen tijdens de speech: interactie tussen publiek en spreker maakt een speech vaak aantrekkelijker.

Uiteraard besteden we eveneens aandacht aan eventuele andere sprekers tijdens de bijeenkomst: bieden zij informatie waarop onze spreker kan inhaken?

Meer weten over onze aanpak, surf naar www.quickscan-communicatie.nl, > ons bureau > activiteiten. www.mborraad.nl.

Column

HSL-communicatie

Zo'n twaalf jaar geleden, toen ik begon bij de HSL-Zuid, was nog niet bekend waar deze snelle treinverbinding kwam te liggen. We trokken het land in om de verschillende varianten te bespreken met bewoners en ambtenaren van de gemeenten. De communicatie over het project was nog heel globaal en ging met name over nut en noodzaak, zoals aansluiting krijgen op het Europese netwerk van hogesnelheidslijnen en het verminderen van auto- en vliegverkeer.

Na het sluiten van de contracten met de aannemers werd bouwcommunicatie steeds belangrijker. Iedereen in de omgeving van de aan te leggen spoorlijn wilde weten hoeveel overlast de aanleg van de lijn zou geven. 'Welke wegen zijn afgesloten?' en 'Hoe lang gaat het heiwerk duren?' waren veelgestelde vragen. Vaak probeerden we na een periode van overlast iets terug te doen. Met een groep van twintig à dertig bewoners bezochten we dan bijvoorbeeld een tunnel in aanbouw. Op die manier werd gelegenheid geboden het werk ook eens van de andere kant te zien. Door uitleg te geven over de complexiteit van de bouw, ontstond bij de omgeving begrip voor de aanleg.

Betrokken omgeving

De onderdoorgang van de HSL-Zuid met de Hofpleinlijn - een andere spoorlijn die binnen drie weken gereed moest zijn - was daarin een kunststuk apart. De aannemer heeft toen een uitkijktoren neergezet, zodat iedereen het werk 24 uur kon volgen. Hier werd dankbaar gebruik van gemaakt, zelfs in de nachtelijke uurtjes. Toen we containers plaatsten om geluidsoverlast te voorkomen, kregen we direct de klacht van omwonenden dat ze nu het werk niet meer konden volgen. Dit is een goed voorbeeld van hoe betrokken de omgeving kan zijn als je het werk en de complexiteit ervan maar tijdig aan ze voorlegt.

In de testfase ligt de aandacht weer meer op publieks- en perscommunicatie. Het einde van het project is in zicht en het is belangrijk dat duidelijk wordt waarom de lijn ook al weer is aangelegd. Nederland en België werken aan een grensoverschrijdend beveiligingssysteem dat nieuw is in Europa. Omdat de werkzaamheden aan dit systeem nog voortduren, rijden er nu nog geen hogesnelheidsreinen.

Als dit in 2008 wel het geval is, hoop ik dat we met elkaar trots zijn op deze lijn die in een complexe omgeving is aangelegd!

Esther Hesp
Senior communicatieadviseur HSL-Zuid
www.hslzuid.com



Nieuwe hulpmiddelen

Deze maand krijgen alle hoofdconducteurs, machinisten, servicemedewerkers en trainmanagers van de Nederlandse Spoorwegen een nieuwe gsm en railpocket (soort van pda).

Ons bedrijf heeft de communicatie verzorgd rondom deze introductie. Van communicatieplan tot presentaties en van het ontwerp van posters tot en met handleidingen kwamen van onze hand. De Nederlandse Spoorwegen is al bijna tien jaar een trouwe klant van Quick Scan! communicatie. www.ns.nl.

Advies

Alsjeblieft,
je nieuwe GSM
en Railpocket



GSM (de Nokia E50)

Railpocket (de HP IPAQ)