



Film

Film voor Inspectie Verkeer en Waterstaat

Steeds vaker krijgen we van klanten het verzoek een concept te bedenken om hun boodschap via een film onder de aandacht te brengen. Uiteraard stellen we dan de cruciale vragen: wat wil je ermee bereiken, voor wie is het bedoeld en wat is de kernboodschap, maar ook is film wel het juiste middel om in te zetten? Zijn de antwoorden op die vragen geformuleerd, dan gaan we aan de slag met een creatief concept om uiteindelijk tot een synopsis te komen. Samen met gespecialiseerde partners als producent, camera- en geluidsprofessionals produceren we de film aan de hand van een draaiboek.

Zo hebben wij in het afgelopen kwartaal een film gemaakt over de inzet van de Segway binnen NS. Verder hebben we de taken van een procesleider perron in beeld gebracht. Op dit moment zijn we bezig met een film voor Inspectie van Verkeer en Waterstaat over hun project E-government. Deze korte promotiefilm wordt gebruikt als instrument om de verwachtingen bij de medewerkers te managen en de veranderingen die de inspectie te wachten staat enigszins te sturen. Deze film maakt het toekomstbeeld van een innovatieve en digitale inspectie expliciet.

Wordt vervolgd dus. www.ns.nl en www.ivw.nl.



Inspectie Verkeer en Waterstaat

Prima Porta

Nieuwe klant

Steeds vaker gaan huisartsen zich samen vestigen in één bedrijfsruimte: Huisartsen Onder één Dak (HOED) genoemd. Vier huisartsen die op dit moment nog een eigen praktijk voeren, gaan in het najaar samenwerken onder de naam Prima Porta Huisartsen. Wel blijven ze juridisch gezien zelfstandig functioneren, maar delen uit efficiencyoverwegingen gezamenlijke faciliteiten. Naar buiten toe willen ze evenwel als eenheid optreden; dit komt mede tot uiting in één huisstijl.

Pitch

Quick Scan! communicatie heeft de pitch gewonnen die was uitgeschreven om de huisstijl te ontwikkelen. Inmiddels is ons bedrijf al drukdoende om het beeldmerk te ontwikkelen voor Prima Porta Huisartsen. De volgende kernwaarden waaraan de huisstijl moet voldoen zijn geformuleerd voor Prima Porta Huisartsen: betrouwbaar, persoonlijk, professioneel, continuïteit garanderend, toegevoegde waarde biedend, gedrevenheid, sociaal en veilig. Zie hier het beeldmerk.



Het is een gespiegelde P, die tevens een hart vormt als kenmerk van gezondheid. Maar we zien ook twee beschermende handen én een stethoscoop. Het beeldmerk heeft een klassieke en betrouwbare uitstraling, passend bij de stijl van de artsenpraktijk.
www.primaportahuisartsen.nl.

Communicatie rondom betaald parkeren

Advies

Voor de Nederlandse Spoorwegen (NS) gaan we de in- en externe communicatie plus de marketingcommunicatie verzorgen voor de betaalde Q-park parkeerterreinen naast de stations die de uitstraling krijgen van de vertrouwde Park & Ride-terreinen (P & R). NS is al bijna tien jaar klant bij Quick Scan! communicatie.

Iedereen wil zich moeiteloos kunnen voortbewegen zonder daarbij al te veel na te denken. Het tijdstip van vertrek doet er steeds minder toe. NS gaat mee in die denk- en leefwijze en kijkt daarbij verder dan de trein. NS ontwikkelt zich dan ook tot een brede dienstverlener die de klanten in staat stelt zakelijke, sociale en recreatieve uitstapjes rimpelloos in elkaar te laten overgaan in de reis die ze daarvoor maken. Voor de reiziger moet de reis dan ook comfortabel, laagdrempelig en efficiënt zijn. Goede P&R-terreinen zijn daarbij onontbeerlijk.

Uitbreiding

Reizigers hoeven geen keuze te maken tussen trein of auto; ze stellen zich veelal wel de vraag: "Voor welk deel pak ik de auto en voor welk deel neem ik de trein?" Maar ook: "Hoe combineer ik de trein met andere vervoermiddelen als bus, tram en metro?" NS streeft ernaar om de verschillende individuele en collectieve vervoermiddelen naadloos op elkaar te laten aansluiten en op de wensen van haar reizigers.

Daarom breidt NS haar P&R-terreinen uit van 30.000 parkeerplaatsen - waarvan 8.000 betaalde - naar ongeveer 50.000 (inclusief 16.000 betaalde) in 2015. Elk groter NS-station beschikt straks over een P&R-voorziening die een bepaalde uitstraling heeft en aan een aantal basiscriteria voldoet. Het spreekt voor zich dat deze parkeervoorzieningen veilig en uitstekend onderhouden zijn.

Inmiddels zijn al tientallen bestaande terreinen opgeknapt, uitgebreid en gemoderniseerd en worden nieuwe terreinen aangelegd: van Veenendaal tot en met Groningen en van Bilthoven tot en met Maastricht is NS bezig om haar parkeerfaciliteiten uit te breiden en te voorzien van een kwaliteitsinjectie. Bovendien kijkt NS of er binnen een straal van 300 meter rondom het station andere parkeerfaciliteiten zijn, die in het concept van de Nederlandse Spoorwegen past.

Quick Scan! communicatie is al drie jaar betrokken als communicatieadviesbureau bij de parkeeractiviteiten van NS en wordt door het bedrijf gezien als specialist op dit terrein.
www.ns.nl.





Recticel personeelsblad

Tekst

Regelmatig doet Betuwe Promedia, een grafmediabedrijf uit Buren, een beroep op onze expertise voor één van hun klanten. Dat is ook gebeurd met Recticel. Dit bedrijf is wereldwijd vertegenwoordigd en draagt bij aan het dagelijkse comfort met schuimvulling voor zitmeubelen, met matrassen en lattenbodems, met isolatiemateriaal en interieurcomfort voor auto's en diverse producten voor industriële en huishoudelijke toepassingen.

Betuwe Promedia werd door Recticel benaderd de huidige uitgave voor het personeel met de titel Infoamatie te restylen. Het grafmediabedrijf vroeg vervolgens Quick Scan! communicatie om de copywriting en de eindredactie te verzorgen. Het personeelsblad verhaalt onder andere over nieuwe ontwikkelingen, personeelsbijeenkomsten, en de ondernemingsraad. De uitgave verschijnt zes keer per jaar.



Bladformule

Tevens heeft ons bedrijf een advies uitgebracht omtrent hoe we samen met alle betrokken partijen tot een nieuwe bladformule voor deze uitgave kunnen komen. De bladformule is een vertaling van alle communicatiewensen, eisen en doelen van onze opdrachtgever Recticel met betrekking tot Infoamatie. In de formule staat beschreven welke vaste onderwerpen op welke manier in ieder nummer van het tijdschrift terugkomen. Daarnaast staat in de bladformule welke afspraken er gemaakt zijn over de mogelijke invalshoeken en de te hanteren schrijfstijl en beeldredactie. Het doel van een bladformule is ervoor te zorgen dat het tijdschrift altijd dezelfde uitstraling en soort inhoud heeft die tegemoet komt aan de communicatiedoelstellingen van de opdrachtgever. Een bladformule gaat ook in op de samenstelling van en eisen aan een redactie. De formule is de richtlijn voor alle redactieleden en de artdirector, en biedt ook een basis voor evaluatie van een uitgave. Meestal komt een bladformule tot stand na één of meerdere brainstormsessies waarin wensen, doelen, verwachtingen, doelgroepen, budgetten, ervaringen besproken worden. www.recticel.nl en www.betuwepromedia.nl.

Sterk staaltje lobbywerk

Column

Bent u voorstander van een schoon of schoner milieu? Een positief antwoord ligt bij deze vraag voor de hand, zult u denken. Maar dan is het toch wonderlijk hoe krachten kunnen worden gebundeld voor een boodschap die in feite het tegenovergestelde nastreeft, geïnitieerd door bedrijven en organisaties die maatschappelijk verantwoord ondernemen normaal gesproken hoog in het vaandel dragen. Een sterk staaltje public affairs wordt op ons losgelaten.

De lobby die ik bedoel, is die tegen een vliegbelasting die het kabinet per 2008 wil invoeren. Met ANVR, ANWB, Consumentenbond, Schiphol en het Platform voor Toerisme en Recreatie voorop wordt onder regie van een bekend public-affairsbureau ten strijde getrokken tegen het onrecht van de vliegbelasting. Communicatief slim omgedoopt tot vakantiebelasting en nog extra emotioneel geladen met de slogan Leuker kunnen ze het niet maken, duurder wel!



Koen van Tankeren

Terwijl we allemaal weten dat de uitstoot van vliegtuigen slecht is voor het milieu, is de lobby tegen de vliegbelasting een opmerkelijke actie in een tijd waarin een verwijderingsbijdrage of een heffing op huishoudelijke apparaten, auto's en andere milieuvervuilende activiteiten maatschappelijk is geaccepteerd. Maatschappelijk verantwoord ondernemen staat zelfs hoog op de agenda.

De lobbycampagne heeft alle kenmerken van een zorgvuldig en centraal geregisseerd publiciteitsoffensief. Ongetwijfeld is het ultieme doel een meerderheid van de Tweede Kamerleden tijdens de behandeling tegen dit kabinetsvoorstel te laten stemmen.

De vliegwereld wordt in stelling gebracht om achter de schermen kamerleden op andere gedachten te brengen. Tegen de tijd dat het voorstel wordt behandeld, kunnen we in de media een slotoffensief verwachten. Ik ben heel benieuwd hoe geloofwaardig ze dit nog kunnen maken.

Koen van Tankeren
Koen Communicatie & Advies
www.koencommunicatie.nl

Huisstijl Vista Village Resort

Ontwerp

Quick Scan! communicatie verzorgt de marketingcommunicatie voor het project Vista Village Resort (VVR). Dit luxe resort met circa 180 luxueus ingerichte appartementen herrijst op het noordoostelijk deel van Aruba. Het algemene karakter van het park is: ruimte, rust, natuur en ontspanning. Extra aandacht krijgen gezondheid, comfort en lekker thuis voelen. Duurzaamheid en milieu zijn belangrijke aspecten. Inmiddels hebben wij voor dit project het marketingcommunicatieplan geformuleerd, enkele uitingen voor investeerders ontwikkeld en het design van de site (www.arubavistavillage.com) voor deze groep gemaakt.

Huisstijl

Ook de huisstijl voor dit nieuwe resort komt van onze hand. De volgende kernwoorden kregen we mee: rust, ruimte, natuur, milieuvriendelijk, duurzaamheid, ontspanning, kwaliteit, hoog serviceniveau, vernieuwend, internationaal, comfort en een tweede huis. Tot de doelgroepen van Vista Village Resort behoren investeerders: Amerikanen in de leeftijd van 40-70 jaar, West-Europeanen in dezelfde leeftijdscategorie (vooral Nederlanders) en Zuid-Amerikanen in dezelfde leeftijdscategorie uit in het bijzonder Venezuela en Brazilië. Voordat we aan het schetsen zijn gegaan, hebben we eerst de markt verkend. Hoe positioneren concollega's zich? Niet echt opvallend en gedurfd, zo bleek. Vista Village Resort heeft wel lef. www.arubavistavillage.com.



VISTA VILLAGE
RESORT