



Tas voor Corio

Voor één de grootste vastgoedbeleggers van Europa, Corio, hebben we een tas ontwikkeld als marketinginstrument. De uitgangspunten waren dat via de tas de vestigingslanden, de internationale vastgoedobjecten en de huisstijlkleuren tot uiting kwamen. En met succes. Zie hier het resultaat.

Voor dit Utrechtse bedrijf met tevens vestigingen in Frankrijk, Spanje, Italië en Turkije werken we al ruim zes jaar. Deze maand ontwierpen we tevens de uitnodiging voor de afscheidsreceptie van hun CEO en enkele advertenties. Naast onze designactiviteiten doet het bedrijf ook regelmatig een beroep op ons voor advies en organisatie van evenementen (met name in winkelcentra).

www.corio-eu.com.

Ontwerp



Fort Unitbouw

Nieuwe klant

Fort Fort Unitbouw (onderdeel van BAM) en Conditum & Partners gaan een nieuw product op de markt brengen onder de bedrijfsnaam Stabilis. Het product is een alternatief voor de conventionele bouwmethodes en gaat om de gestapelde woningmarkt. Het is een bouwproduct voor sloop- c.q. nieuwbouwprojecten van naoorlogse galerijen en portiekflats. Deze nieuwe ontwikkeling past dan ook prima in het regeringsbeleid: "van probleemwijk naar prachtwijk" is immers de slogan van minister Vogelaar. Er is onderzocht dat er een sterk verouderde voorraad is van circa 500.000 galerijen en portiekwoningen die gerenoveerd c.q. gesloopt moeten worden ten faveure van wijkverbeteringen. De woningbouwcoöperaties zijn dan ook erg geïnteresseerd.



Een van de grote voordelen van deze bouw-methode is dat het een doorlooptijd heeft die op locatie 60 à 70% korter is dan de traditionele bouwtijd op locatie. Het spreekt voor zich dat dit grote financiële voordelen heeft en dat dit tevens voor minder overlast voor de omgeving zorgt en minder ontwikkelingsrisico met zich meebrengt.

Marketingcommunicatie

Quick Scan! communicatie is gevraagd om voor dit nieuwe product de marketingcommunicatie te verzorgen. Inmiddels is het marketingplan goedgekeurd. We weten onder andere hoe we het product gaan positioneren, wie tot de doelgroepen behoren, wat het doel en wat de usp's (unique selling points) zijn. Verder zijn we bezig met de ontwikkeling van de eerste uitingen om enkele coöperaties te informeren om daadwerkelijk aan een proefproject deel te nemen; naast de copy en design van de corporate brochure organiseren we tevens enkele bijeenkomsten om het innoverende product te toetsten bij diverse woningbouwcorporaties. www.fortunitbouw.nl en www.conditum.nl.

Dag FENS KVS

Advies

Vijf jaar lang zijn we betrokken geweest bij het investeringsprogramma van NS en ProRail: Fonds Eenmalige bijdrage NS KwaliteitsVerbeteringStations (FENS KVS). Het programma FENS KVS hield zich bezig met kwaliteitsverbetering op en rond de stations. Het doel hiervan was het verhogen van blijvende klanttevredenheid. Uit onderzoek is gebleken dat de klant het, naast het op tijd rijden van de treinen, belangrijk vindt dat stations schoon, prettig en veilig zijn. Daarom nam NS in samenwerking met ProRail, zowel op korte als op langere termijn, maatregelen. Denk hierbij aan projecten als het aanleggen van parkeerplaatsen, toiletten, liften, signing, vloeren en automatische deuren. Zowel grote als kleine projecten waarvan de klant denkt: „Zo, dat is goed dat dit is gerealiseerd op mijn station.”



DIN

Om succesvol te kunnen zijn, hield het programma zich strak aan de zogenoemde THEFD-formule: Tempo, Haalbaarheid, Efficiëntie, Flexibiliteit en Doelgerichtheid. Tevens was de het DIN (Doel Inspanningen Netwerk) een belangrijk instrument: een soort van web waarin helder de missie, doelstellingen, klanttevredenheidcijfers, projecten, stations en randvoorwaarden in vastgelegd waren.

In- en extern

Ons bedrijf verzorgde zowel de interne als externe communicatie: van het informeren van de regionale communicatieadviseurs en pa-managers tot de communicatie richting stakeholders. De twee opdrachtgevers deden een beroep op Quick Scan! communicatie op de terreinen van communicatieadvies, design, copy én organisatie van evenementen, met name opleveringsfeestjes. Vijf jaar lang stond ons bureau bijna twee dagen in de week in het teken van FENS KVS. Mede door toedoen van deze opdracht heeft ons bureau kunnen groeien.

Boek

Per 31 maart kwam een einde aan dit programma. De FENS KVS-gelden zijn besteed, de projecten bijna allemaal gerealiseerd, de quick wins én de lange termijn-doelstellingen zijn behaald. Met veel plezier hebben we aan dit programma gewerkt, kennis opgedaan van beide organisaties, kennis gedeeld en uiteraard goed werk geleverd. We zetten onze tanden in nog één opdracht: we verzorgen de eindredactie en het design van een boek wat verschijnt over dit programma. De 'lessons learned', de 'do's and don'ts' en alle projecten worden helder in dit boek uiteengezet. www.ns.nl en www.prorail.nl.



Proeftuin Utrecht

Film

Voor de Nederlandse Spoorwegen (NS) hebben we een dvd ontwikkeld om de evaluatie van een proef - Proeftuin Utrecht genoemd - stapsgewijs in beeld te brengen. De proef is gehouden bij Materieelregelcentrum Utrecht, Knoop Utrecht en Regelcentrum Rotterdam. Het doel van deze proef was om snellere besluitvorming en bijsturing te realiseren met minimaal hetzelfde resultaat. Kernpunt hierbij is om de taken daar uit te voeren waar ze het meest van toegevoegde waarde zijn.

De film was bedoeld om de evaluatie te visualiseren en draagvlak te creëren om de resultaten van de proef landelijk te kunnen invoeren. Drie dagen filmen op de werkplekken, negen interviews, twee cases en vijftien uur beeldmateriaal leverde uiteindelijk een zeer aantrekkelijke film op van twintig minuten waarin de medewerkers zich enorm herkenden. De evaluatie was op een beeldende manier gevisualiseerd. De klant was dan ook bijzonder tevreden.



Segway

Voor NS maakten we al eerder films voor intern gebruik. Zo brachten we de taken van een procesleider perron in beeld door hem een dag met de camera te volgen. Ook hebben we een film ontwikkeld gericht op externe stakeholders om te laten zien wat de toegevoegde waarde kan zijn van een Segway (een soort elektronische step) in de vervoersketen van NS. www.ns.nl.

Communicatieadviseur zocht baan!

Column

In deze tijd zou je verwachten dat een niet-werkende moeder die terug naar de arbeidsmarkt wil snel een baan zou hebben. Niets is minder waar. Ik heb me vorig jaar suf gesolliciteerd. Ook mijn lange en best interessante cv was geen garantie voor werk: de afwijzingen volgden elkaar op.

Ik denk dat ik het snap. Werkgevers willen geen vrouwen die minder uren willen werken dan de standaard 32-40 uur. Werkgevers willen medewerkers die zich fulltime inzetten. Dat gedoe met kinderen is zo lastig. Maar... wie zijn dan die werkgevers? Zijn dit hard werkende mensen die vergeten dat we zonder kinderen snel zijn uitgeleefd? Hebben ze zelf geen kinderen en herkennen ze de spagaat waarin je belandt tussen werk en kinderen? Kinderen zijn leuk en garanderen ook onze toekomst. Sterker: ze zijn de toekomst.



Anica Kortland

Lang leve freelancers

We moeten eens goed nadenken hoe we het tekort aan goed personeel willen oplossen. Zijn we bereid te accepteren dat er een generatie (vooral) moeders is die thuis en op de arbeidsmarkt willen scoren. Dit vraagt om een andere aanpak door de werkgevers, bijvoorbeeld door meer duobanen of mogelijkheden om om 15.00 uur te stoppen. Of accepteren werkgevers dat er veel goede werknemers thuiszitten die we alleen inhuren als de nood zo hoog is dat we er ook veel voor willen betalen. Dan zeg ik: 'lang leve de freelancers!'

Ik schrijf dit niet uit frustratie. Inmiddels ben ik maar freelance communicatieadviseur geworden. Daar heb ik nog geen spijt van. Ik bepaal zelf hoeveel uren ik werk en ook wanneer. Wat een luxe om te zeggen; voor mij even niet in de vakanties, dan ga ik met de kinderen er lekker even tussenuit. Dan heb ik het nog niet eens over de verdiensten en het aanzien, want ook die twee zijn behoorlijk hoger dan wanneer ik in loondienst was gekomen. Kreten zoals: 'Wow, ben je voor jezelf begonnen, wat stoer!', zijn ineens heel gewoon. Tja, ik had gewoon geen keus.

Anica Kortland
Freelance communicatieadviseur
anicakortland@kpnplanet.nl

Rita for president

Site

In opdracht van een investeerder heeft Quick Scan! communicatie de site www.ritaforpresident.nl ontworpen en gerealiseerd. Deze website is het begin van een fanshop van deze voormalige VVD-politica. Stickers met de tekst Rita for President kunnen als eerste gekocht worden: twee sets van vijf stickers à € 3,50. Slaat dit product aan dan is het de bedoeling om onder andere ook mokken, pruiken en t-shirts van de leider van Trots op Nederland te verkopen. Inmiddels zijn de eerste vijfduizend sets verkocht op www.ritaforpresident.nl.

