

GIDS IN DE WERELD VAN DIGITALE COMMUNICATIE

DE MULTIMEDIAMAKELAAR

U heeft een mooi product en er zijn mensen die uw product willen afnemen. Om aanbod en vraag bij elkaar te brengen communiceert u: u vertelt de beoogde doelgroep over uw product. Maakt u daarbij optimaal gebruik van de beschikbare communicatiekanalen?

Marketingcommunicatie is de afgelopen jaren duidelijk verschoven van éénrichtingsverkeer naar dialoogmarketing. Uitsluitend een boodschap uitzenden volstaat niet meer. Anno nu bent u in contact met uw klant, is de mening van klanten over uw producten overal te vinden en hebben klanten mogelijk zelfs invloed op uw product- en dienstenaanbod. De (tweeweg)communicatiemiddelen zijn in korte tijd enorm gegroeid.

KRIJGT U NOG STEEDS DE JUISTE BOODSCHAP, BIJ DE JUISTE DOELGROEP, VIA HET JUISTE KANAAL?

Grip houden op de snelle en vergaande multimediale ontwikkelingen vraagt een behoorlijke (tijds)investering. Brengt u uw producten en diensten op de meest doeltreffende wijze onder de aandacht, maakt u optimaal gebruik van actuele communicatiemethoden? Hierbij een aantal feiten, cijfers en trends.

INTERNET ALS SELECTIETOOL

Voor consumenten en professionele inkopers is het internet een belangrijk gereedschap voor het

selecteren van een product of dienst. Opvallend: circa 70% van dit webverkeer wordt gegenereerd doordat mensen gaan zoeken naar een product of dienst waarvan ze kennis hebben genomen via andere media, bijvoorbeeld geprinte advertenties, autobeledding, een tv-commercial of een visitekaartje. On- en offline horen elkaar dus te versterken.

MAIL EN CHAT

Nederland heeft ruim 11 miljoen internetaansluitingen, waarvan meer dan 85% breedband. Mail en chat zijn communicatiemiddelen die zakelijk en/of

privé dagelijks door vrijwel de gehele beroepsbevolking, jongeren en een toenemend aantal ouderen worden gebruikt. Jongeren chatten meer dan ouderen. Maar ook bij jongeren is de mailfunctie favoriet. Mailverkeer dient serieus behandeld te worden; het niet beantwoorden van zakelijke mail wordt als bijzonder onprofessioneel ervaren.

SOCIAL NETWORKS

Internetfora, blogposts, LinkedIn, Hyves, Twitter: een greep uit de social networks. Sociale netwerken nemen een steeds prominenter plaats in, niet in het minst door de waarde van 'word of mouth':



RIJKER, REALISTISCHER, RELEVANTER

Ontwikkelingen voor websites en webshops:

- Rijkere beleving door foto's en video, rich internet applicaties, interactieve testimonials en illustrerende games of tests.
- Een realistische boodschap in plaats van gelikte reclame, meer authenticiteit en persoonlijke informatie.
- Relevante informatie: de website is er voor de klant, hij/zij moet er wat aan hebben. Er is behoefte aan dialoog, bijvoorbeeld via chat, blog, video of social networks.

Webshops: wat voor websites geldt, geldt zeker voor webshops.

Daarnaast vragen webshops om een zeer hoge mate van gebruiksvriendelijkheid en een onberispelijke logistieke afhandeling. De winst is er echter ook naar: webwinkels kennen jaarlijks een miljoengroei. Voorzover u nog geen webwinkel heeft, loont het de moeite te bekijken of u een deel van uw producten ook via internet kunt aanbieden.

CROSSMEDIA:

- * PRINT
 - ADVERTENTIES
 - FLYERS/BROCHURES
 - MAILINGEN
 - ARTIKELLEN/PERSBERICHT (FREE PUBLICITY!)
 - ETC.

- * RTV
 - COMMERCIALS (LOKALE) RTV
 - OOK VOOR WEB!

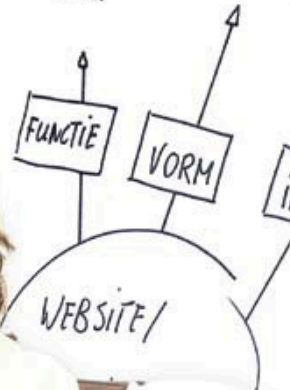
- * NETWERKEN
- * ACTIE
- * PREM

MEDIAJAARPLANNING ON-EN OFFLINE!

- SEO
- ADWORDS
- ADSENSE
- AFFILIATES

- HTML, CSS
- JAVASCRIPT
- FLASH
- FREE BSD
- LINUX
- ETC.

- AN
- NB: AA
- ON-EN
- HUIS



HAS FACILITIES

PROEFFABRIEK

WAAROM INVESTEREN IN EEN PROEFFABRIEK?
ALS HOGESCHOOL HAS DEN BOSCH ER VIJF TE
HUUR HEEFT...

Hogeschool HAS Den Bosch is het oplei-
dings- en expertisecentrum in Zuid-
Nederland op het gebied van voeding,
land- en tuinbouw, ruimte en groen,
natuur, milieu en agribusiness.



FACILITEITEN

Door de aanwezigheid van de afdeling voedings-
middelentechnologie beschikt HAS Facilities
(een afdeling binnen HAS Den Bosch) over een
moderne en goed geoutilleerde proeffabriek die
verdeeld is over de afdelingen: zuivel, groente en
fruit, dranken, bakkerij en vlees. Deze afdelingen
zijn, inclusief hun specifieke apparatuur, te huur
voor bedrijven die onderzoek willen doen naar
product- en/of proces technologische eigenschap-
pen. Zo is het mogelijk om proefproducties te
draaien om productontwikkeling uit te voeren,
of tijdens deze producties proces technologische
metingen te verrichten om diverse aspecten van
het productieproces te berekenen of te verklar-
en. Het voordeel van deze opzet is dat appara-
tuur van alle afdelingen verwisseld kan worden,
zodat er een groot scala van mogelijkheden ont-
staat hetgeen elders niet mogelijk is.

Door de uitgekende opzet van verhuur blijft de
prijsstelling van een project binnen betaalbare
grenzen. Het is ook mogelijk om tijdens de
experimenten personeel van de proeffabriek in
te huren dat u assisteert bij de uitvoer van de
projecten.

PROCESKUNDIGE VOORZIENINGEN

Buiten de specifieke afdelingen beschikt HAS Faci-
lities nog over een groot aantal mogelijkheden
op proceskundig gebied. Zo kunnen we allerlei metingen
op het gebied van hittesterilisatie in de
meest uiteenlopende verpakkingen
uitvoeren. Bovendien beschikken we
over uitgebreide koel- en vriesop-
slag.



has ♦ **facilities**

Geïnteresseerd?

Voor informatie of reserveringen:

[i] Johan Wels, Accountmanager HAS Facilities
Tel. (073) 69 23 701
Wej@hasdb.nl
www.hasdenbosch.nl

uit een wereldwijd onderzoek naar het effect van
advertenties blijkt dat 78% van alle consumenten
meer waarde hecht aan de aanbeveling van een
product door andere kopers, dan aan reguliere
reclameboodschappen.

MOBIEL

Vrijwel iedereen in Nederland beschikt over een
mobiele telefoon, en het aantal Nederlanders dat
mobiel internet gebruikt, groeide afgelopen halfjaar
met 61% van 1,5 miljoen tot 2,42 miljoen. Mobiel
adverteren is voor een groeiende groep onderne-
mers interessant geworden. De combinatie mobiel

en internet levert ook andere ontwikkelingen op,
zoals 'augmented reality'. Dit is het combineren van
de echte wereld met gegevens uit computers. De
applicatie Layer laat eenvoudig zien welke huizen te
koop staan in je blikveld, wat de openingstijden van
winkels zijn of waar je bushaltes of een pizzeria kunt
vinden. De gebruikte informatie wordt opgehaald uit
andere diensten, zoals Funda. Met de camera van je
telefoon kijk je in een bepaalde richting. Dankzij de
GPS en het kompas weet je telefoon precies waar je
je bevindt.

ANDERE MEDIA

Informatiedragers worden steeds intelligenter en
zijn mogelijk ook geschikt voor úw marketingbood-
schap. Zo is uit onderzoek gebleken dat driekwart
van de gebruikers van navigatie-apparatuur, zoals die
van TomTom, ervoor open staat contextueel rele-
vante reclame te ontvangen op zijn reisbegeleider.
NB: keywords zijn natuurlijk contextueel relevant:
de consument moet er op dat moment wel iets aan
hebben!

WAT PAST BIJ UW BEDRIJF?

Moet u nu ook gaan bloggen, chatten, twitteren,
webvideo's of animaties laten maken, een webwinkel
openen en u mobiel gaan presenteren? Wat past bij
uw onderneming, nu en in de toekomst? De Multi-
MediaMakelaar denkt graag met u mee tijdens een
vrijblijvend oriënterend gesprek. En voor wie op de
hoogte wil blijven van digitale ontwikkelingen, is er
vanaf januari 2010 onze informatieve maandelijkse
nieuwsbrief.

Haal (nog) meer uit internet... de MultiMediaMa-
kelaar ondersteunt u graag! [www.multimediamake-
laar.nl](http://www.multimediamake-
laar.nl)

[i] De MultiMediaMakelaar
Wilma Mulder: (06) 130 844 65
www.multimediamakelaar.nl

MULTIMEDIAMAKELAAR DIENSTEN:

- communicatie advies en projectmanagement;
- bouw, optimalisatie en onderhoud van websites en webshops;
- zoekmachine- en reguliere marketing;
- tekst voor o.a. website en nieuwsbrieven;
- ontwerp voor web en (huisstijl) drukwerk;
- webcommercials, bedrijfsvideo's en (power point)presentaties.

De MultiMediaMakelaar: "Kies voor
iedere boodschap het juiste kanaal."

