

MeerBusiness brengt meer

Het voordeel van 11.000 kruiwagens, ingangen en opstapjes

MeerBusiness Brengt Meer
REGIONAAL ZAKENPLATFORM
INFO@MEERBUSINESS.NL

GoedeZaken

24 FEBRUARI 2015 - NO.333

AGENDA

25 FEBRUARI
Young MKB Haarlem Netwerko23
Bedrijfsbezoek: Jopenkerk
Aanvang 16.00 uur
Voor meer info:
www.youngmkbhaarlem.nl

26 FEBRUARI
Netwerk 023
Algemene Ledenvergadering
Tijd: 17.00-18.00 uur
Plusleden event: Sharing economy
Tijd: 18.00-21.00 uur
Locatie: Zaamen Haarlem
www.netwerko23.nl

27 FEBRUARI
Club van 25 Haarlem netwerkbijeenkomst
Tijd: 15:00-17:00
Locatie: Oude Groenmarkt 10-12, Haarlem. Aanmelden verplicht.
Kijk voor meer info op
www.clubvan25.nl

27 FEBRUARI
Koninklijke HFC sponsorborrel
Gastpreker: Jort Kelder
Televisiepresentator, journalist
Tijd: inloop vanaf 17.30 u.
Locatie: Emauslaan 2 Haarlem
Toegang alleen voor leden.
Geïnteresseerd maar geen lid? Mail dan naar bob@witjas.nl
o.v.v.firmanaam, e-mail adres

3 MAART
Meerbusiness Haarlem Netwerklunch
Tijd: 12.00-14.00 uur
Locatie: Villa Westend te Velsbroek. Kijk voor meer info op haarlem.meerbusiness.nl

4 MAART
Duurzame Ondernemers Regio Amsterdam (DORA) Netwerkbijeenkomst
‘Duurzaam ondernemen doe je samen’
Inloop vanaf 18.30 uur
Gastpreker o.a.: Willem Lageweg van MVO Nederland
Locatie: Kamer van Koophandel De Ruyterkade 5, 1013 AA Amsterdam
Aanmelden via: dora-netwerk@ivam.uva.nl

9 MAART
MKB Masterclass
Wet Werk & Zekerheid
Aanvang: 15:30 uur Start: 16:00 uur
Locatie: Köster Advocaten, Dreef 22, 2012 HS Haarlem
Deelname: kosteloos
Wel aanmelden via:
www.mkb-haarlem.nl

COLOFON

Goede Zaken Commerciële uitgave van Haarlems Dagblad & IJmuider Courant

In samenwerking met de partners Horlings Accountants en belastingadviseurs Kamer van Koophandel Köster Advocaten Bedrijf&Samenleving Haarlem en omstreken Pro-Act IT

HORLINGS
Accountants en belastingadviseurs

Köster advocaten

Pro-Act
Professionals Actief in IT

De Coalitie communicatieadviseurs Jaap Bonkenburg, Johan Tempelaar
Voor tips, agendapunten en informatie: Julie Joustra
goedezaken@hollandmediacombinatie.nl
www.goedezaken.nu

Volg ons ook op



Lokale binding belangrijk voor supermarkt



John van John's kidsclub, Jan Luc Zandjans en Gerard Rutte van Uwsupermarkt

Naast zaken als prijs, imago en winkelgemak, kunnen supermarkten zich lokaal onderscheiden door leuke en innovatieve acties en activiteiten, aldus Gerard Rutte van het in Haarlem gevestigde Uwsupermarkt.nl.

Zo'n zeven jaar geleden ging Rutte van start met Uwsupermarkt.nl. Daarin koppelt hij zijn kennis en ervaring over de branche aan wat hij 'de oneindige mogelijkheden van internet' noemt. 'De supermarktbranche is nogal conservatief', in het buitenland nog meer dan in Nederland', vertelt Rutte. 'Er wordt wel gebruik gemaakt van technische oplossingen voor bijvoorbeeld bestellingen en voorraadbeheer, maar zelden richting klanten. Bijna alle supermarkten zijn, als keten of franchise, aangesloten bij een landelijke partij die grote reclamecampagnes voert. Maar op lokaal niveau is doorgaans weinig innovatiefs te bespeuren, terwijl lokale binding zó belangrijk is voor een supermarkt. Om daarin te voorzien, hebben wij een geïntegreerd communicatie- en actiesysteem ontwikkeld waarmee zaken als narrowcasting, webshops, aanbiedingen en websites aan elkaar gekoppeld worden en waarmee het supermarktbezoek leuker wordt voor de klant.'

'Denk aan actiekasten waarop klanten mee kunnen doen met dingen

als een Tour-de-France-spel of een verenigingsactie. Daarnaast hebben we de Super Selfie-actie gelanceerd, waarmee je een selfie deelt met social media en daarvoor korting krijgt, terwijl de supermarkt ondertussen werkt aan de online community en klantendatabase. Voor kinderen, een belangrijke partij in zowel de keuze van de supermarkt als in het winkelplezier van ouders, hebben we John's Kidsclub geïntroduceerd. Met interactieve vloeren waar je bijvoorbeeld een voetbalveld op kunt beamen. Of een winkelwagentje met tablet. Die reageert op beacons in de winkel, waarna op de tablet een vraag, spel of opdracht verschijnt. Zoals op de groente-afdeling de vraag of tomaten rood of blauw zijn.'

'We beperken ons niet tot één bepaalde supermarkt, onze concepten zijn voor alle supermarkten beschikbaar en qua uiterlijk aan te passen. We bedenken en financieren alles zelf. Momenteel hebben bijna 400 supermarkten onze systemen staan. We verwachten op korte termijn door te groeien naar vijf- a zeshonderd van de in totaal vijftienghonderd serieuze supermarkten in Nederland en willen vervolgens de stap maken naar het buitenland, het liefst naar Amerika.'

www.uwsupermarkt.nl

Zonder embargo

Wat wilde hij graag in de krant! Onze ondernemende opdrachtgever zag het al helemaal voor zich. De overname door zijn bedrijf van een branchegenoot zou door de regionale pers en vakmedia breed worden uitgemeten. Dat hij eerst nog een weekje met vakantie wilde, leek hem geen probleem. 'Doe maar een embargo op ons persbericht. Dan wachten ze maar even met publiceren'. Dat liep anders, want embargo's zijn - een enkele uitzondering daargelaten - niet meer van deze tijd.

Uiteraard wordt het succes van een mediatraject voor een groot deel bepaald door de inhoud. Komt u met schreeuwerige PRIetPRAat of afgewogen informatie? Het antwoord op die vraag bepaalt vaak welke toon er in/door media wordt gezet. En dan de strategie en planning. Zelfs een uitstekend persbericht kan de mist in gaan. Bijvoorbeeld omdat het op een voor media verkeerd moment wordt verzonden. Of omdat de woordvoering niet geregeld is.

Als redacteur van Haarlems Dagblad belde ik eens de in een persbericht genoemde contactpersoon X. Zijn secretaresse meldde hogelijk verbaasd dat X tien dagen met vakantie was. Niemand wist iets van een persbericht. Gevolg: géén bericht in HD. En dan embargo's. Het nieuws wél aanbieden, maar redacties verbieden om er vóór een door de afzender bepaald moment over te publiceren. Vaak gaat om het om 'onzin-embargo's' zonder enige journalistieke noodzaak, vertelde redacteur Richard Smit van het Financieele Dagblad onlangs in het vakblad Communicatie. Wie strategisch (vooruit) denkt en de communicatie intern op orde heeft, kan het gebruik van een embargo meestal vermijden. Het is overigens door het gebruik van social media inmiddels een gedateerd middel geworden.

Iets heel anders is het gunnen van



Jaap Sluis. Foto: Anke van der Meer

nieuws aan één medium. Een voor u aantrekkelijke krant, website of omroep die uw tijd en in vertrouwen aangedragen informatie interessant vindt en er als eerste over mag berichten. Op een in samenspraak bepaald moment. Met voor u altijd de vrijheid om na het brengen van de primeur ook nog andere media door middel van een persbericht te informeren. Je geeft een primeur aan één partij waar je duidelijke afspraken mee maakt. Kom die na en speel het nieuws niet ook nog eens door aan anderen. Want dat vergroot de kans op scheve gezichten en verstoorde verhoudingen nog méér dan nutteloze embargo's.

Jaap Sluis is partner van communicatieadviesbureau De Coalitie in Haarlem

HAARLEMSE ONDERNEMERS * PRIJS 2015

Wie wordt de beste Haarlemse ondernemer 2015?
Bezoek de spannende Finale-avond op donderdagavond 12 maart in de Lichtfabriek.

www.haarlemseondernemersprijs.nl

AG
Architecten

FLYNTH
adviseurs - accountants

COMPOCOLOR
RECLAME

NEW FOUNTAIN
websites die voor u werken

IBDO

Hoofdparters

SHOW+RENT

Pro-Act

DE LICHT
FABRIEK

Van Poelgeest

Haarlems Dagblad

Nova College

Martin Schilder
Automobieladviseur

OVERNAME
EXPERTS

NVA

Köster advocaten

KENNEMER
BUSINESS

Beursvloer Haarlem

Dinsdag 17 maart

De Beursvloer Haarlem is de handelsplaats voor maatschappelijke organisaties en bedrijven.

Dinsdag 17 maart van 15.30 – 17.30 uur
PHILHARMONIE
Lange Begijnestraat 11, 2011HH Haarlem

Voor meer informatie of aanmelden:
Marijke Aukema - 06-145994052 - beursvloer@bedrijfsamenleving.nl
www.bedrijfsamenleving.nl/beursvloer