

Internationaal succes FreeTable begint met lokale activatie

Restaurants kampen door no-show nogal eens met lege tafeltjes en dus met omzetverlies. Tegelijkertijd is het voor spontane restaurantzoekers soms een uitdaging een vrij tafeltje te vinden. FreeTable koppelt deze twee via een app aan elkaar. Een goed idee, maar hoe zet je dat in de markt? Met die vraag wist reclamebureau The Locals wel raad.

'Eigenlijk is het bizar dat deze app niet allang bestaat', vertelt Laurens Wognum van The Locals. 'Zeker als je weet dat restaurants gemiddeld zo'n 1800 euro per maand mislopen door no-show, terwijl ze mensen weg moeten sturen omdat de zaak qua reserveringen 'vol' zit. Toen ik hoorde over de app vond ik het dan ook meteen een topidee. Maar het valt of staat wel met voldoende deelnemende restaurants én bekendheid onder het publiek. Via-via kwamen initiatiefnemers Roy Vernout en Max Caminita, zelf horecaondernemers, bij ons uit voor de marketing en sales. Het klikte meteen en de vraag die ze stelden is helemaal in ons straatje.'

Visitekaartje met QR-code

Omdat de app zowel de aanbieders als de gebruikers nodig heeft, kwam The Locals met een strategie die gericht is op beide groepen, vertelt Laurens Wognum. 'Roy en Max hebben natuurlijk een groot netwerk in de lokale horeca en kunnen zo de res-

taurants vinden die meedoen. Wij zorgen dat ze ook de middelen hebben om de app bekendheid te geven. Bijvoorbeeld iets eenvoudigs als een visitekaartje met QR-code. Die kun je meegeven als je onverhoopt mensen weg moet sturen, dan bied je toch service en help je een collega, die jou een volgende keer weer helpt.'

Voor de consumentenmarkt bruist The Locals van de ideeën om op te vallen. Van proppers en wandelende reclameborden tot gerichte online campagnes en toiletreclame. Wognum: 'Je moet vooral bedenken wat mensen doen als ze spontaan uit eten willen. Vanuit huis gaan mensen online op zoek, terwijl je mensen die op een terrasje besluiten een hapje te eten in de stad veel directer kunt benaderen. Zonder al te pusherig te worden hoor, maar je moet wel in beeld komen. Het



Foto: RAP Fotografie - Ramon Philippo

Initiatiefnemers Max Caminita (links) en Roy Vernout (rechts) flankeren het team van Reclamebureau The Locals, dat met een strategie kwam om de app FreeTable in de markt te zetten. 'Het klikte meteen en de vraag die ze stelden is helemaal in ons straatje.'

succes van FreeTable begint met een leuke, lokale en betaalbare activatie. Te beginnen in Haarlem, daarna kun je het zo landelijk of zelfs internationaal uitrollen. Ik zou dat wel mooi vinden:

dat we met de Haarlemse horeca iets hebben bedacht, opgezet en verbeterd dat vervolgens een internationaal doorslaand succes wordt. Te gek om daaraan bij te mogen dragen: van

lokaal idee naar internationale app. En dat zou wel eens sneller kunnen gaan dan wij nu denken.'

www.wearthelocals.nl

Nieuw tijdvak voor aanvraag STAP-budget

Afgelopen week is het derde tijdvak in werking getreden voor de aanvraag van het STAP-budget (Stimulans ArbeidsmarktPositie). Dit vervangt de fiscale aftrekpost scholingskosten, de voormalige privé-aftrekpost voor studiekosten in de aangifte inkomstenbelasting.

Met het STAP-budget kunnen werkzoekenden en werkenden in loondienst per jaar een aanvraag ter waarde van maximaal 1.000 euro per persoon indienen voor een opleiding. Als werkgever kun je je werknemers informeren over de subsidie en hen stimuleren een aanvraag te doen. Let op: de zak geld is eindig. Per jaar stelt de overheid een budget van 218 miljoen euro beschikbaar, voor naar schatting jaarlijks 300.000 personen. Het aanvragen wordt verdeeld over 5 tijdvakken. Voor het eerste en tweede tijdvak is het budget al op.

'Een perfecte plek om informeel bij elkaar te komen'

De schwung zit er weer in bij Brouwerskolkje Exclusief. Net als voor andere horeca-instellingen was het een zware en uitdagende tijd, maar de zon schijnt weer in Overveen voor Bas Dortmund en zijn team.

Dat het zowel letterlijk als figuurlijk zonnig is, komt voor Bas Dortmund als geroepen: 'We zijn hier in 2017 begonnen. Toen begin 2020 corona uitbrak, liep het weliswaar goed, alleen hadden we nog niet veel vet op de botten. Dat was dus echt wel pittig, maar we hebben in samenwerking met anderen allerlei initiatieven genomen om die tijd door te komen, van takeaway tot en met kerstpakketten. Wat daarbij mooi was om te zien, is de support die ik vanuit mijn omgeving heb gekregen. Dat geldt ook toen op 1 april - helaas geen grap - onze terrastent bezweek door de zware sneeuwval. Er stonden meteen mensen klaar om te helpen met

opruimen, dat helpt je er op zo'n moment echt doorheen.'

Fraaie en intieme locatie

Er stond vrij snel een nieuwe overkapping, waar inmiddels al heel wat mensen onder hebben gestaan. Van trouwerijen en (verjaardags)feesten tot condoleances en zakelijke bijeenkomsten. Ook Goede Zaken organiseerde onlangs een meer dan geslaagde borrel bij Brouwerskolkje, vertelt Johan Tempelaar van Goede Zaken: 'We hebben hier al verschillende bijeenkomsten georganiseerd en één van de leuke dingen vind ik dat het bij ieder seizoen en bij ieder weertype zo'n fraaie en intieme locatie is. Of je er nu zit met 10 man voor een lunch of private diner, of een borrel hebt met 150 mensen. Er waren meerdere mensen die vertelden dat ze al heel vaak waren langsgefietst, maar nog nooit binnen waren geweest. Ook mensen die het al wel kenden, beginnen bij



Foto: RAP Fotografie - Ramon Philippo

Ook Goede Zaken koos voor Brouwerskolkje Exclusief als plek voor de jaarlijkse borrel. 'Bij ieder seizoen en bij ieder weertype is het zo'n fraaie en intieme locatie.'

aankomst meteen over wat voor een mooie plek het is. De locatie zo midden in het groen draagt echt bij aan de sfeer, voor ons een perfecte plek

om informeel met klanten en relaties bij elkaar te komen.'

www.brouwerskolkje.nl

7 WWW.GOEDEZAKEN.NU/AGENDA

DI. 5 JULI | VANAF 15.30 UUR
Masterclass Corporate Sales
Door PIM over de essentie van sales en verdieping van prospecting en behoefteanalyse.
Locatie: Cupula XS
www.pimnh.nl

DI. 12 JULI | VANAF 17.30 UUR
Sparkz Netwerkborrel
Open netwerkborrel voor ondernemers & beleidsmakers.
Locatie: Basecamp IJmuiden
www.SparkzNetworking.nl/Agenda

VR. 29 JULI | VANAF 17.30 UUR
Borrel Sociëteit Vereniging
Maandelijkse ondernemersborrel met als thema 'Haarlem After Work', met DJ en cocktailbar.
Locatie: Sociëteit Vereniging
www.societeitvereniging.nl

DI. 9 AUGUSTUS | VANAF 17.30 UUR
Netwerkborrel & Sloepentocht
Varen & netwerken met Sparkz Networking over het Spaarne & de Haarlemse Grachten.
Locatie: Heemstede & Haarlem
www.SparkzNetworking.nl/Agenda

COLOFON

Goede Zaken is een commerciële uitgave, geproduceerd onder redactionele verantwoordelijkheid van:

decoalitie
COMMUNICATIESPECIALISTEN

Tips en contact:
info@goedezaken.nu

Bedrijf & Samenleving
Haarlem & Omstreken

The Locals
RECLAMEBUREAU

Let's do business
waarderpolder.nl

KRANS
NOTARISSSEN

inholland
hogeschool



Rabobank