

#inspireren

Een magazine over bereik & conversie en andere inspirerende artikelen.



New Cases
ONZE
PROJECTEN

Blog
IDENTITEIT,
HUISSTIJL
EN IMAGO

EÉN GROTE TELEURSTELLING DIT JAAR

Het wordt een mooi jaar...dat zullen veel mensen gedacht hebben op 1 januari 2020. Er stonden mooie evenementen in het vooruitzicht, zoals het EK Voetbal, de Olympische Spelen, de GP Zandvoort en, jawel het Eurovisiesongfestival in Rotterdam.

Zelf ben ik vanaf 30 december volop in training gegaan voor de marathon van Rotterdam, die gehouden zou worden op 5 april. Fitter, sneller én lichter dan ooit zou ik op 5 april mijn veters eens goed strikken en de dik 42 km gaan rennen door toch wel de mooiste stad van Nederland. April ligt inmiddels ver achter ons. Ik ben nog steeds fitter, sneller en lichter dan ooit. Maar de medaille ontbreekt, want de marathon werd – volkomen terecht – afgelast. Wat een domper.

Teleurstelling is er ook bij onze jongste dochter Esmée. Op 8 maart werd ze met turnen kampioen van Zuid-Holland op de toestellen. Ze plaatste zich voor de toestelfinales van Nederland in juni dit jaar. Inmiddels is het juni. Geen finales. Geen tranen van geluk omdat die ene oefening zo goed ging. Geen tranen van verdriet omdat ze van de balk viel. Wel een enorme teleurstelling voor onze meid, want alle sportevents liggen nog steeds stil. **Damn!**

Ik ben blij. Ik ben blij omdat ik bovenstaande twee alinea's volkomen overdreven heb aangezet. Mijn welgemeende excuses dat ik

je op het verkeerde been heb gezet. Maar ik heb wel je aandacht.

Ja, ik was in training, maar ik vind het prima dat die 42 kilometer door Rotterdam niet doorging. Mijn wereld is echt niet vergaan. En jammer dat de Nederlandse toestelfinales niet doorgingen voor Esmée. Maar we hebben met haar, juist door de corona, ongelooflijk veel andere, leukere dingen gedaan de afgelopen maanden.

We gaan richting eind juni. Het jaar breekt in tweeën. Tijd om weer overeind gaan krabbelen. Onze rug te rechten en weer vooruit te kijken. Ik probeer de goede dingen van het eerste half jaar vast te houden. Het thuiswerken van collega's. Zo ongelooflijk zelfstandig en efficiënt. Dank je wel collega's! Het samenwerken met ConQuest en Trend. Dank je wel Corina en Karel voor de inspirerende sessies tot dusverre. De af en toe serene rust die me is overkomen. Ik maak me niet meer druk over dingen die er niet toe doen.



Het heeft me veranderd als mens. Een soort reset, terug naar de kern. Wellicht herken je dit ook bij jezelf. Ik hoop dat ik dit vast kan houden. En lukt dat niet, dan hoop ik dat iemand in mijn omgeving mij wijst op de periode voorjaar 2020. Het nieuwe normaal. De 1,5 meter afstand samenleving. Tijd nemen voor iets.

Vol verwachting kijk ik uit naar wat komen gaat en waar ik geen invloed heb. Hoe veerkrachtig zijn bedrijven, ondernemers, individuen? Het zal niet vanzelf gaan, maar ik ben ervan overtuigd dat het tweede half jaar zakelijk gezien beter zal zijn dan de eerste zes maanden.

Het team van Schot staat in ieder geval te popelen om de economie weer uit het slob te trekken en op gang te slepen. Het probleem is alleen dat wij maar met z'n achten zijn. **Dus laten we het met elkaar doen. Doe jij mee? Kom op ondernemers, laten we elkaar niet teleurstellen. Schouders eronder...en gaan met die banaan.**

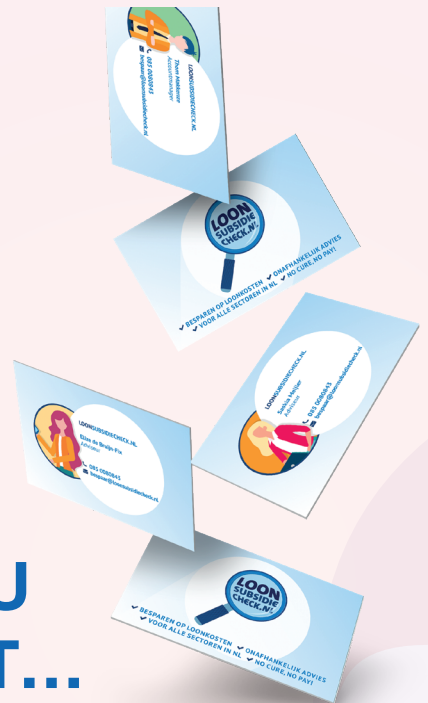
Groet,
Arjan



"Besparen
op loonkosten
en overige
administratieve
processen"



HET IS CORONACRISIS. JE BENT EEN UITZENDBUREAU EN JE MOET WAT...



Loonsubsidiecheck.nl is hét online platform dat loonsubsidiechecks uitvoert voor je organisatie, hiermee bespaar je geld. Ons standpunt is: De regelgeving is er niet voor niets, maak er gebruik van!

Zo opent de homepage van loonsubsidiecheck.nl, die op 19 juni j.l. live gezet is. Wat ging eraan vooraf?

Medio mei waren wij in gesprek met Saskia Meijler en Elize de Bruijn van TS Personeel. De maatregelen ter bestrijding van het coronavirus hadden duidelijk hun effect gehad op de omzet van TS Personeel. In lijn met de omzetsdaling in de hele uitzendbranche moest TS Personeel ook een omzetsdaling van zo'n 60% noteren. Saskia en Elize kwamen langs om ons te brieven over een gedurfd en ambitieus aanvalsplan: We weten veel van loonkosten en arbeidsvoorwaarden en wat daar allemaal speelt...we gaan onze klanten helpen met het alsnog ontvangen van niet genoten

loonsubsidies en het terughalen van teveel of onnodig betaalde belastingen en/of premies. **En dat doen we no cure, no pay.** Punt. Niet alleen voor klanten, ook voor prospects die hier wel oren naar hebben.

Maar hoe? Ja, daarom zijn we hier, schaterden ze het uit (we lachen veel moet je weten).

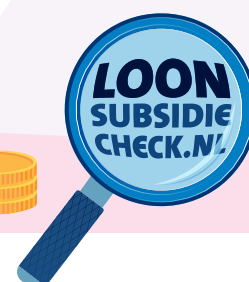
Daar waren wij bij Schot wel even van onder de indruk. Wat een veerkracht en en ambitie straalden deze twee vrouwen uit. De daaropvolgende dagen hebben we een even ambitieus plan en concept ontwikkeld, waarmee we gehoor geven aan de drive van deze twee ondernemers.

We bedachten een compleet nieuw bedrijf. Een gefocused bedrijf dat maar 1 doel voor ogen heeft en dat is MKB-ers helpen te krijgen waar ze recht op hebben in het domein van loonkosten. We noemen het **loonsubsidiecheck.nl** en creëren een landelijk opererend online platform waarop helder geformuleerd staat hoe je de misgelopen subsidies alsnog ontvangt en teveel betaalde lasten terug vordert. En dat allemaal no cure, no, pay (want de dames geloven in zichzelf!).

De communicatiestrategie is om eerst bestaande klanten van het uitzendbureau te benaderen met een Direct Mail en een persoonlijk bezoek. En met die learnings straks de stap naar landelijke communicatie te zetten met een online campagne, waarbij een frisse animatie het verhaal vertelt.

Als je het filmpje bekijkt krijg je een beeld van hoe dat gaat. Wellicht ook iets voor jou? Wij bij Schot laten de loonsubsidiecheck ook uitvoeren. In een volgende #Inspireren zullen we je op de hoogte houden.

www.loonsubsidiecheck.nl



Social Media:
 



GROENE ENERGIE VOOR IEDEREEN IN DE HOEKSCHE WAARD

Niet omdat het kan,
maar omdat het moet!
Ook in coronatijd.



Het bestuur van HoekscheWaardDuurzaam is er duidelijk over en laat er geen gras over groeien. Er is werk aan de winkel. Als we in 2040 in de Hoeksche Waard energieneutraal willen zijn, moeten we echt aan de bak. Middelen of geen middelen, we gaan energiekanten werven in de Hoeksche Waard. En wie niet veel geld heeft, moet slim zijn.

De opdracht aan Schot was helder. Overtuig de hele Hoeksche Waard van het belang van groene energie en dat het niet duur is. Een opdracht met twee componenten. De inhoudelijke boodschap leek ons geen probleem. Die krijgen we wel over de Bühne. Maar de hele Hoeksche Waard bereiken met weinig financiële middelen...dat is een ander verhaal.

Maar is het verhaal van Schot niet dat wij altijd focussen op bereik en conversie? Ook met weinig middelen moet het kunnen.

Antwoord: Een charmeoffensief dat zichzelf gaat doorvertellen. **Be good and tell it**, is een oud maar nog altijd valide strategie. Breng het wiel daarmee aan het draaien op Facebook en deel, deel, deel!

Een paid advertising plan op Facebook gaat het bereik vergroten. Met een dagelijks budget van slechts enkelen tientallen euro's gaan we in juni en juli de doelgroep bereiken met de propositie.

Op 19 juni startte de Facebookcampagne met het verhaal over hoe en waarom HW Duurzaam de Voedselbank Hoeksche Waard gaat steunen. HW Duurzaam gaat de energierekening van de Voedselbank een jaar lang betalen en gaat voor elke nieuwe klant € 20,00 overmaken aan de Voedselbank. Een **'offer you can't refuse'** toch?

De campagne wordt zo getimed dat het aansluit bij het overstapmoment van 1 juli, als de variabele tarieven van de energieleveranciers gaan wijzigen en veel huishoudens zich afvragen of ze nog bij de juiste leverancier zitten. En dan kan je overstappen.

www.hoekschewaardduurzaam.nl/overstappen.



Social Media: 



IDENTITEIT, HUISSTIJL EN IMAGO

Waarom ziet men mij niet zoals ik ben?

Waarom heeft mijn bedrijf een ander imago dan het beeld dat ik van mezelf heb? Dit is niet zelden de vraag die gesteld wordt nadat een imago-onderzoek aan het licht heeft gebracht dat een bedrijf een heel ander imago heeft dan de eigenaar of bestuurder denkt.

Hoe komt dat dan? Het antwoord is eigenlijk heel simpel, wat je eraan moet doen is minder eenvoudig. Je imago wordt bepaald door alles wat jouw bedrijf of organisatie doet. Alles? Ja, alles! Hoe je product of dienst gepositioneerd is en hoe het presteert. Het pand waarin je huist, de manier waarop de receptie de telefoon beantwoordt, hoe je medewerkers hun e-mails opstellen, hoe ze appen, wat ze op de Social Media delen. Imago is een optelsom van heel veel acties, beslissingen, noem maar op en afhankelijk van de hoeveelheid signalen die naar 1 kant wijzen, wordt dat je imago.

**Identiteit,
huisstijl en imago,
niet hetzelfde maar
je hebt het wel zelf
in de hand.**

Het goede bericht is dat je het grotendeels zelf in de hand hebt. Al zijn er voorbeelden van dat, dat helemaal niet zo is (het mislukken van Buckler 0% bier dankzij Youp van 't Hek).

Minder goed bericht is dat het sneller is afgebroken dan opgebouwd. Soms met externe oorzaken, meestal door interne oorzaken; eigen inconsistent beleid. Het is niet voor niets dat bij grote organisaties corporate communications in de directie is vertegenwoordigd. Het klinkt niet zo democratisch, maar hier is top down beleid wel een belangrijke voorwaarde.

Voor een aantal van onze MKB klanten is dat ook zo; het is dan direct bij de directeur of eigenaar ondergebracht.

Maar het zit tenminste bovenin en daar gaat het wel om. Niet dat de directeur/eigenaar alles zelf doet, maar hij of zij zorgt ervoor dat er een direct lijntje is met de communicatiemedewerkers. We hebben er een blog over geschreven die we je nogmaals in herinnering roepen: **Een heldere identiteit.**

Alles begint namelijk met een heldere identiteit voor ogen hebben, die je baseert en omschrijft op basis van je kernwaarden. Als je daar consistent aan vasthoudt in relatie tot je product of dienst en alle andere P's (product, prijs, plaats en promotie) in de marketing mix, komt het met je imago wel goed. En anders bel je ons gewoon. Komt het ook goed.

Lees meer op:
www.schot.nl/blog/een-heldere-identiteit





Schot
Steenenstraat 8
3262 JM Oud-Beijerland

0186 619244
marcom@schot.nl

WWW.SCHOT.NL

