



'ONDERNEMER ONDERSCHAT VAAK DE KRACHT VAN MARKETING'

Marketingbureau De Indruk uit Veenendaal helpt bedrijven met hun marketingstrategie én uitvoering. Door intensieve samenwerking tussen design, development en marketing is De Indruk een full-service partner voor bedrijven en organisaties in de regio en ver daarbuiten.



'WIJ KIJKEN BIJ IEDER PROJECT EN BUDGET, GROOT OF KLEIN, KRITISCH NAAR DE BESTE VERHOUDING TUSSEN KOSTEN EN RESULTATEN EN MAKEN ALLES MEETBAAR'

De Indruk is specialist in strategie, advies, vormgeving, marketing en development. Een veelzijdig bedrijf, dat zijn oorsprong vindt in een verzamelgebouw in Veenendaal. "Daar zaten we bij elkaar met allemaal verschillende bedrijfjes met verschillende disciplines, de meesten waren zzp'er", zegt Peter Berntsen, een van de oprichters van De Indruk en huidige creatief partner. "Die bedrijfjes waren heel veelzijdig: van video, tot marketing, communicatie en design. We werkten steeds vaker samen aan opdrachten en besloten om de handen ineen te slaan. Als grafisch ontwerper kreeg ik bijvoorbeeld vaak vragen over het bouwen van een website,

maar dat was niet mijn tak van sport. Het was dus erg handig om een deurtje verder te kunnen gaan voor deze expertise. We besloten de krachten officieel onder een naam en dak te bundelen. We verhuisden toen naar een ander pand en alles kwam dus samen onder de noemer De Indruk."

Vanaf dat moment ging de groei naar een volwaardig full-service bureau snel. Een recente case, bij een landelijk opererende zorgorganisatie is een mooi voorbeeld van de ontwikkeling op cross-mediaal gebied. Vanuit de vraagstelling 'herpositionering met bijbehorende huisstijl' werd de eerste stap gezet door het creëren van de nieuwe pay-off: 'Delen door liefde'. Centraal hierbij staan de medewerkers die met oprechte liefde voor naasten de beste zorg willen geven. "De medewerkers delen de wezenlijke dingen van het leven met de cliënt. Ze delen het leven. Door liefde. Delen door liefde", aldus Berntsen. Dit uitgangspunt is als basis genomen voor het logo ontwerp: een hart. Het hart staat symbool voor drie verschillende personen van bovenaf: de cliënt, de medewerker en de cliëntvertegenwoordiger. Samen vormen zij een hart dat symbool staat voor de toewijding en een liefdevolle houding: het werken vanuit het hart. Alle bijbehorende middelen; van website tot brochure, van advertentie tot introductiefilm en van social media content tot interne communicatie werden door De Indruk uitgewerkt, ontwikkeld en geproduceerd. Een mooi voorbeeld van een complete case.

ONTZORGEN VAN KLANTEN

Wat De Indruk onderscheidt van andere bureaus is niet alleen hoe het bureau vanuit het samenvoegen van disciplines is ontstaan en de ontwikkeling hierin. Klanten noemen ook vaak de laagdrempeligheid in de samenwerking. "Ze kunnen makkelijk contact onderhouden, met ons samenwerken en voor technische vragen hebben we bijvoorbeeld een helpdesk die snel aan de slag gaat om technische problemen op te lossen."

Berntsen benadrukt dat de samenwerking met klanten ook de nodige inzet vraagt van hun kant. "Klanten weten vaak heel goed wat ze willen, waar ze naar toe willen. De communicatie hierover is belangrijk. Maar vaak weten ze niet hoe ze die doelen kunnen bereiken. Als buitenstaander kijken wij natuurlijk ook met een frisse blik naar een bedrijf. Wij pakken dingen anders aan, we doen het echt samen."

'U vraagt, wij draaien.' Dit is niet alleen een veelgehoorde uitspraak, maar gek genoeg



voeren bureaus vaak letterlijk uit wat de klant vraagt, aldus Berntsen. Bij De Indruk doen ze het anders. “We toetsen in ieder gesprek met de klant of wat er gevraagd wordt wel is wat er nodig is om bepaalde resultaten te halen. Natuurlijk leveren wij graag wat een klant vraagt, maar liever leveren we wat hij nodig heeft op korte én lange termijn. Daarom is het bij ons: jij vraagt, wij vragen door. Wij zijn heel goed in het ontzorgen van klanten. We bekijken welke disciplines we inzetten, bijvoorbeeld hoe je social media gebruikt of jezelf als bedrijf goed presenteert op een beurs.”

56

Dit laatste pakt De Indruk niet half aan. Voor verschillende bedrijven werkten ze meerdere keren complete beurspakketten uit. “We ontwerpen niet alleen de complete inrichting van een stand of het foldermateriaal. In de ontwerpfase denken we ook mee wat het thema moet zijn en kijken we welke stappen je kunt zetten op online gebied om je beursdeelname optimaal te benutten. Hulp en coördinatie bij het opbouwen is ook mogelijk. Complete ontzorging dus.”

DUIDELIJK DOEL VOOR OGEN

Bedrijven die bij de Indruk aankloppen, krijgen altijd een uitgebreide ‘intake’. Hierna volgt een offerte en een helder stappenplan. Ook komen ze graag langs om nog beter te begrijpen wat een ondernemer doet. “Dat geeft vaak een goed beeld van het bedrijf en je krijgt daarmee een kijkje in de keuken. Wij leggen duidelijk uit welke stappen we willen nemen om tot een goed resultaat te komen. Samen bespreken we dan het plan van aanpak”, stelt Berntsen. De Indruk gaat altijd voor het beste resultaat en na het afronden van een campagne krijgen klanten ook een duidelijke rapportage met de resultaten. “Na een project of campagne vinden we het belangrijk om samen te evalueren. Wij streven er uiteraard na om onze doelen te halen. Lukt dat niet, dan zijn we eerlijk

‘SOMMIGE BEDRIJVEN
HEBBEN EEN WEBSITE
DIE IS VEROUDERD.
WE LEVEN IN EEN HEEL
SNELLE WERELD. HET IS
BELANGRIJK DAT JE MEE
BLIJFT DOEN’

naar de klant en onszelf. We kijken naar wat goed ging en nemen dat als uitgangspunt voor de toekomst. Feedback van de klant is hierbij onmisbaar. Veel ondernemers zien marketing vooral als een kostenpost. Ze twifelen of het geld dat ze erin stoppen er wel uitkomt. Wij kijken voor ieder project en budget, groot of klein, kritisch naar de beste verhouding tussen kosten en resultaten.”

Een nieuwe ontwikkeling in het bedrijfsleven is het centraal stellen van je personeel. Het vinden en binden van je medewerkers. De laatste tijd krijgt het bureau veel aanvragen van bedrijven die met dit vraagstuk worstelen. “Ze willen een ‘werken bij’-website laten maken. Dat is echt een goede manier van werven, zonder tussenkomst van recruiters of uitzendbureaus. Steeds vaker zoeken werknemers in Google ook naar de zoekterm ‘werken bij’ in combinatie met de bedrijfsnaam.”

Een van die bedrijven waarvoor De Indruk een dergelijke site maakte is een bedrijf in beton- en staalbouw. Op de website staan natuurlijk vacatures, maar ook veel extra informatie over het bedrijf en persoonlijke verhalen van medewerkers. Door de verhalen van het personeel kan een aankomende sollicitant een goed beeld krijgen van het bedrijf en van toekomstige collega’s. De website wordt doorlopend ondersteund door campagnes op social media en door levensgrote banners op toplocaties langs de doorgaande weg: een combinatie van offline en online marketing. “Ze wilden een dynamische en frisse uitstraling voor de website, een goede manier om personeel te werven. Door de krapte op de arbeidsmarkt zitten sommige bedrijven met hun handen in het



haar hoe ze goed personeel kunnen werven. Een dergelijke strategie met een goede website kan daar zeker bij helpen.”

KOUWATERVREES VOOR MARKETING

Onderschatten veel ondernemers de voordelen van marketing en zien zij vooral de nadelen? “Het lastige is, dat de kosten voor de baten uit gaan. Wij geven geen garanties over harde cijfers van de toename van je omzet, marge of hoeveel waardevolle nieuwe collega’s je gaat vinden met een marketingcampagne of nieuwe website. Bij iedere partij die dat wel kan en doet kun je je vraagtekens zetten. Wij sturen continue bij. Samenwerking tussen de klant en ons is hierin essentieel.” Omdat marketing voor velen een onbekend terrein is en een grijs gebied, maakt De Indruk alles zoveel mogelijk inzichtelijk. “We stellen duidelijke doelen vooraf, bijvoorbeeld het generen van meer traffic naar de website. We maken het meetbaar en inzichtelijk in een laagdrempelig rapport en we delen altijd de eindresultaten van de campagnes met de klanten, bijvoorbeeld het aantal bezoekers op een website of transacties.”

Berntsen ziet vaak bedrijven die niet goed meegaan met hun tijd, wat betreft marketing en communicatie. “Een website is zwaar verouderd of een logo is oubollig. We leven in een heel snelle wereld. Het is belangrijk dat je erbij hoort en meedoet. Dat heeft veel te maken met uitstraling, maar ook met de techniek van een website. Je zichtbaarheid en vindbaarheid verbeteren... daar kun je vandaag de dag echt niet meer omheen.” Een veelgemaakte fout is dan ook denken dat marketing niet nodig is, omdat je nu wel opdrachten binnenhaalt. “Bedrijven generen genoeg werk door hun netwerk en denken dan dat ze niets hoeven te doen aan hun website of huisstijl”.

De Indruk heeft veel skills in huis op het gebied van marketing, zoals tekstschrijven en ontwerp. “Ons werk is in de afgelopen jaren natuurlijk ook enorm veranderd. De wereld van social media heeft een vlucht genomen. Dit vraagt goed denken en flexibiliteit. Marketing is ingewikkelder geworden. Je kunt als bedrijf potentiële klanten nu op veel manier bereiken: er zijn veel wegen die naar Rome leiden.”

HUISSTIJL DIE BLIJFT HANGEN

Het klantenportfolio van De Indruk is breed en veelzijdig. Van klein tot groot en van commercieel tot non-profit. “We ontwerpen nu bijvoorbeeld een logo voor een arbodienst. Je moet meteen zien wat het bedrijf wil uitstralen en waar het over gaat. En het moet blijven hangen, zodat je de volgende keer meteen de juiste associatie hebt.” Zelf doet De Indruk natuurlijk ook het nodige aan marketing met blogs, social media posts en trainingen bij bedrijven over marketing en social media. “Dat is zeker een manier om onder de aandacht te komen. Het is natuurlijk voor sommige ondernemers lastig om te bloggen. Dat snap ik heel goed. Wij bloggen daarom ook in opdracht een uit naam van klanten.”

In het nieuwe jaar verhuist de Indruk naar een nieuwe locatie langs de A12. “Ons bedrijf zit nu verdeeld over twee verdiepingen en daar is alles gelijkvloers. In de toekomst gaan we zeker verder groeien. Vooral op het gebied van design, maar ook organisatie breed. Op de nieuwe locatie kunnen we ons groeiplannen mooi tot bloei laten komen. We hebben er ontzettend veel zin in!”

