

JIJ: van organisatiebureau naar full service-bureau

In 2009 startten Carmen van den Dikkenberg en Esther Westerhof hun organisatiebureau JIJ in Veenendaal. Vijf jaar later is het bedrijf uitgegroeid tot een volwaardig full service-bureau en zijn er twee labels toegevoegd: JIJ Promotie en JIJ Congressen. De ambitieuze doelen van de eigenaren van JIJ zijn hiermee voor een groot deel verwezenlijkt. Voor het lustrumjaar heeft JIJ een aantal feestelijke acties en evenementen gepland.



JIJ begon een half decennium geleden als organisatiebureau. Een bureau dat al snel liet zien thuis te zijn in de organisatie van in house evenementen. Voor bijvoorbeeld een open dag of jubileum weet JIJ optimaal gebruik te maken van wat er voor handen is, altijd op een manier dat het ‘hart’ van het bedrijf zichtbaar blijft. “De afgelopen jaren hebben we hard gewerkt om de doelen uit onze beginperiode te verwezenlijken, de volgende stap is uitbreiding. Daar hebben we op ingezet door onder meer JIJ Promotie en JIJ Congressen als eigen labels toe te voegen aan JIJ Organiseren.” Aan het woord is Esther Westerhof. “Wij hebben ons naast het organiseren van bedrijfsfeesten, jubi-

lea, productlanceringen en andere evenementen de afgelopen twee jaar al bewezen als promotie- en congresbureau. Daarom vonden we het de hoogste tijd om dit zichtbaar te maken. Op onze compleet vernieuwde website worden JIJ Promotie en JIJ Congressen dan ook duidelijk gepresenteerd.”

Vanuit de business case

JIJ steunt op drie pilaren: Organiseren, Congressen en Promotie. Dat maakt van JIJ een full service-bureau op het gebied van organiseren, niet te verwarren met een evenementenbureau. “Een organisatiebureau gaat een stuk verder en wordt doorgaans in een eerder stadium betrok-

ken bij de opdracht”, legt Carmen van den Dikkenberg uit. “Wij werken vanuit de business case van de opdrachtgever, denken een concept uit en geven daardoor meer mee aan het evenement of congres.” Om die reden gaan de eigenaren van JIJ ook graag eerst vrijblijvend een gesprek aan met (potentiële) opdrachtgevers. “Hoe eerder wij worden ingeschakeld, des te meer kunnen we voor een klant betekenen. Niet elk bedrijf denkt er misschien aan, maar wij kunnen bijvoorbeeld ook een heel jaarprogramma maken en daar activiteiten zoals Sinterklaas, Kerst, secretaressedag en een personeelsfeest in verwerken. Vaak zijn bedrijven ondanks de organisatiekosten ook goedkoper uit



JIJ viert de 5 met feest en korting

Ter ere van hun naderende vijfjarige bestaan geeft JIJ Organiseren medio 2014 een groot feest voor familie, bekenden, zakenrelaties en bedrijven uit de buurt. Uiteraard willen ze nog niet teveel weggeven, maar het lustrumfeest belooft sensationeel te worden en daarmee onderstreept JIJ precies waar ze zo goed in zijn. "Voor het feest dat we in gedachten hebben, trekken we alles uit de kast. Hiermee laten we zien wat we kunnen." Gedurende het nieuwe jaar zal JIJ regelmatig wat feestelijks doen, zoals de speciale kortingsactie. Klanten die het eerste halfjaar van 2014 voor JIJ kiezen, vieren de 5 met ons mee en kunnen een korting van 5 procent verwachten.

dan wanneer ze het zelf doen; wij hebben een groot netwerk en kunnen snel schakelen."

Congressen en promotie

De stap om Congressen als apart label weg te zetten, is niet zo'n vreemde als je bedenkt dat de organisatietalenten hier een achtergrond in hebben. Of het nou om de volledige organisatie gaat of werken in projectteams: JIJ stelt de klant voorop en regelt het. "In feite regelen we alles vanaf de voorbereiding tot het einde van het congres. Van programmaontwikkeling, sprekersbenadering, werven en opzetten van de informatiemarkt tot de deelnemersregistratie, bevestigen en de logistieke organisatie." JIJ bedient alle markten als het gaat om congressen, maar heeft een duidelijk specialisme ontwikkeld in de medische sector. Expertise is opgedaan door congresorganisatie voor onder meer Borstkankervereniging Nederland en Pink Ribbon. "Dat maakt dat we de taal spreken van bedrijven, stichtingen en verenigingen in deze sector."

Promotie was een logische toevoeging om het JIJ-spectrum mee te comple-

menteren. "Promotiemarketing is iets waarmee we door de jaren heen steeds meer te maken kregen. Eerst zijdelings, maar al gauw verwerkten we promotie als onderdeel in onze eigen voorstellen aan de klant. Inmiddels is Promotie dan ook een volwaardig eigen label geworden binnen JIJ."

Persoonlijk

De kracht van JIJ zit in de persoonlijke benadering. Dat klinkt misschien niet bijster origineel, maar wie ooit met JIJ heeft gewerkt kan niet anders dan dit beamen. "We gaan echt in de schoenen van de klant staan, waardoor we snel het vertrouwen krijgen, dat krijgen we ook regelmatig terug. Niets is ons te gek, we proberen tot het uiterste te gaan en 200% te geven aan de klant. En we geven ook advies als we denken dat het anders moet. Alles kan en altijd voor een zo interessant mogelijke prijs. Ons doel is om de beste oplossing te bieden die past bij onze klanten." ■

