

Aanpak BOOM Communicatie levert succes op

# Jezelf worden met JEI

“Aansprekende organisaties en merken hebben volgens ons één ding gemeen: ze blijven dichtbij zichzelf. Op die manier communiceren ze effectiever en zijn ze aantrekkelijk en geloofwaardig. De vraag is alleen: Hoe word je jezelf?”



Joop Maas, senior communicatieadviseur

Dat communicatie zich moet richten op doelgroepen, wordt door iedereen wel als vanzelfsprekend gezien. Maar dat communicatie ook moet uitgaan van de eigen kenmerken, daaraan wordt vaak voorbij gegaan. “Toch start daar de vraag wat jouw organisatie of merk nu echt uniek maakt. Welke eigenschappen zitten er ‘in je genen’, die je zichtbaar kunt maken voor de doelgroep?”, zegt Joop Maas. Als senior communicatieadviseur en vestigingsmanager van BOOM in Goes adviseert hij organisaties over hun corporate communicatie en marketingcommunicatie. “We nemen daarbij de organisatie- of merkidentiteit als vertrekpunt. Speciaal daarvoor hebben wij een werkwijze ontwikkeld met de toepasselijke naam ‘Je Eigen Identiteit’, of kortweg JEI.”

De JEI-aanpak bestaat uit vier stappen. In de eerste, het ‘duiden’, worden de uitgangspunten vastgesteld. “Samen met de klant plaatsen we de opdracht in

de juiste context, waarbij de identiteit van het merk of van de organisatie een belangrijk ijkpunt is. Soms komen we daarbij tot de verrassende conclusie dat de opdrachtgever juist wat zal moeten veranderen om zichzelf te kunnen blijven!”

De tweede stap bestaat uit het ‘richten’. Hier worden weloverwogen keuzes gemaakt om de gestelde doelen te bereiken. “Maar”, zegt Maas, “als je een route uitstippelt, geeft dat natuurlijk nog geen garanties voor het halen van de finish. Daarom is de derde stap cruciaal: het ‘vertalen’. In die fase zetten we de keuzes om tot een goed door-dacht communicatieconcept. Daarmee vatten we de essentie, de ziel van een merk of organisatie. In strategie, tekst én beeld. Het is een krachtig middel waarmee je duidelijk communiceert wie je bent en wat je meerwaarde is.”

De laatste stap is het ‘presteren’. Het komt dan aan op de uitvoering. “Dat

doen wij altijd op een praktijkgerichte, nuchtere manier; want dat past bij BOOM. We mogen wat dat betreft ook onze eigen identiteit niet verlooche-nen!”

“De JEI-aanpak maakt de communicatie van onze opdrachtgevers efficiënter en effectiever”, voegt Maas toe. “Dat komt vooral doordat we met de JEI-aanpak communicatie ontwikkelen die aansprekend is voor zowel de organisatie zelf, als voor hun doelgroepen. Het maakt de communicatie authentiek en daardoor juist heel uitgesproken en onderscheidend. Niet voor niets gebruiken wij bij BOOM de veelzeggende pay off: Communiceer jezelf!” ■

BOOM heeft de JEI-aanpak onder meer toegepast bij het ontwikkelen van een nationale campagne voor SD Worx; een internationale HR-dienstverlener met 32 bedrijven en 2.000 medewerkers.

*“Kwalitatieve afspraken en veel exposure, daar ging het ons om. De campagne is heel effectief gebleken. Vanaf de eerste week worden onze telemarketinginspanningen beloond met enthousiaste en interessante afspraken met onze prospects!”*

Caroline Smeets, SD Worx.

Benieuwd naar hoe de JEI-aanpak toe-pasbaar is op uw merk of organisatie? Kijk op [www.jei.nu](http://www.jei.nu) voor meer informatie, mail naar [info@boomcommunicatie.nl](mailto:info@boomcommunicatie.nl) of bel 0113-252052.