

## Beleef een cadeau

Stichting het Zeeuwse landschap bestaat 70 jaar. Dat mag niet ongemerkt voorbijgaan! Het jubileum werd door het bestuur van de stichting aangegrepen om alle donateurs voor de geboden steun te bedanken en hen een speciaal jubileumcadeau aan te bieden.

Het cadeau, een prachtige bundel met 17 uitneembare wandelroutes door het prachtige en veelzijdige Zeeland, mag er zijn. De verrassende routes zijn zorgvuldig samengesteld door deskundigen uit de regio en vormen een ware beleving. Alle gemeenten komen aan bod en er zijn vier extra routes opgenomen door vier Zeeuwse steden (Middelburg, Vlissingen, Zierikzee en Terneuzen). De kaarten zijn opgemaakt in vogelvlucht-perspectief zodat de wandelaars direct een indruk krijgen van de wandeling en alvast kunnen zien hoe fraai en gevarieerd het betreffende landschap en daarmee ook de route is.

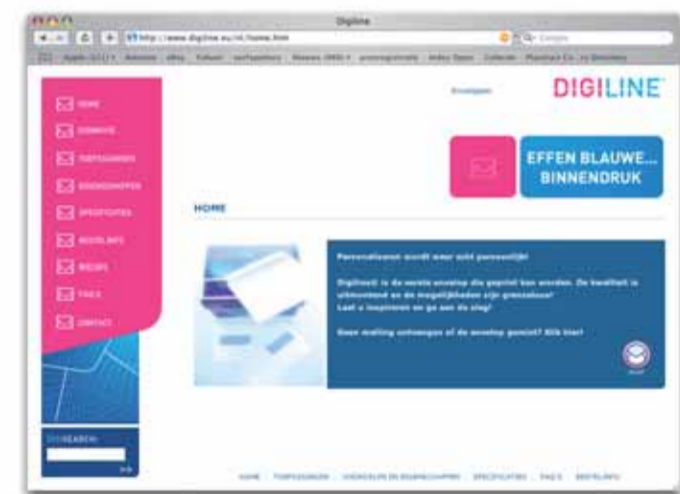
De routes zijn opgenomen in een luxe en vooral handige map en zijn ieder uitneembaar. Een wandelkaart kan zo eenvoudig mee worden genomen tijdens een wandeling, des te meer omdat er een duurzaam soort papier is gebruikt. Enkele maanden geleden zijn de map en 11 routes naar de donateurs van de stichting verstuurd. De overige routes worden tijdens de nazomer verstuurd. Zo hebben de donateurs een beleving om naar uit te zien.



opdrachtgever: Stichting het Zeeuwse landschap  
branche: natuur & milieu

## Scala aan mogelijkheden met nieuwe envelop

Eén van de grootste enveloppenleveranciers in enveloppen, papier en etiketten, ontwikkelde onlangs een gehele nieuwe generatie enveloppen. De envelop, Digiline® gedoopt, is een innovatieve envelop met speciale luchtkanalen in de hoeken en een hittebestendig printbaar venster. De enveloppen zijn met



name geschikt voor digitaal bedrukken. Dankzij de unieke eigenschappen zijn ze ideaal voor gepersonaliseerde mailings, kleinschalige acties en bijvoorbeeld pretesten van mailings. Niet alleen de tenaamstelling en het adres kunnen nu eenvoudig worden afgestemd op de ontvanger, maar ook de hele vormgeving!

BOOM® ontwikkelde een aansprekende en vernuftige internetsite waarmee Velpa de nieuwe envelop op een flitsende wijze in de markt zet. De website maakt gebruik van functionele flashanimaties waardoor inzichtelijk wordt hoe de enveloppen gebruikt en geprint kunnen worden. De dynamische website heeft een internationale uitstraling en is zo opgezet dat ze in verschillende taalgebieden inzetbaar is.

www.digiline.eu

opdrachtgever: Velpa  
branche: groothandel

## Communicatie zet je in beweging!

Gemeente Etten-Leur is een sportieve gemeente die beweging promoot en er alles aan doet om haar inwoners voldoende te laten bewegen en sporten. De Nationale Sportweek werd dan ook aangegrepen om Etten-Leur in beweging te zetten. Waar de Nationale Sportweek één week duurt, ging Etten-Leur net iets verder. Gedurende twee weken vonden er in de Brabantse gemeente diverse evenementen plaats en werden talloze mogelijkheden aangeboden om te sporten.

Voor deze sportieve gemeente ontwikkelde BOOM® een sportieve stijl die prima aansluit bij de promotiestijl en huisstijl van

de gemeente. Met enthousiasmerende en wervende posters en leaflets zette de gemeente heel Etten-Leur in beweging.

BOOM® ontwikkelde tevens een promotiefolder voor het zwembad De Banakker in Etten-Leur. Het gemeentelijke zwembad moet opboksen tegen een aantal grote attracties in de regio zodat een duidelijke positionering absolute noodzaak is. Met de nieuwe folder laat het zwembad zien hoe leuk zwemmen is.

opdrachtgever: gemeente Etten-Leur  
branche: overheid

## Vergroting van naamsbekendheid zakelijke markt

ZeelandNet is op het gebied van Internet en digitale telefonie een begrip onder consumenten in Zeeland. Om zich richting het bedrijfsleven nadrukkelijker te positioneren als een partij die hoogwaardige oplossingen biedt, profileert ZeelandNet zich nadrukkelijker op de zakelijke markt onder de naam ZeelandNet Zakelijk.

De ZeelandNet Zakenkrant is één van de middelen die ZeelandNet Zakelijk inzet om haar naamsbekendheid bij het bedrijfsleven in Zeeland te vergroten. BOOM® adviseerde over de opzet en verzorgde de complete realisatie en verzending van het eerste nummer dat werd verstuurd naar meer dan 5000 relaties.



De bladformule is er op gericht om de interesse in producten en diensten te vergroten en zakelijke relaties te intensiveren. Zo staan er in de eerste uitgave van de ZeelandNet Zakenkrant referentie-artikelen over oplossingen die ZeelandNet Zakelijk o.a. ontwikkelde voor gerenommeerde bedrijven als Bison en Neckermann.

opdrachtgever: ZeelandNet Zakelijk  
branche: ICT



### Adviescolumn

## Persoonlijk is toch persoonlijker

U kunt mailen, adverteren of bellen. Maar de meest rijke vorm van communicatie werkt toch het beste: iemand in de ogen kunnen en face-to-face communiceren. Tijdens een beurs heeft u die kans. U kunt daar uw doelgroep interesseren, informeren en overtuigen.

Deelname aan een beurs kan een effectieve methode zijn om nieuwe contacten op te doen, uw boodschap over te brengen of om orders te scoren. Voorwaarde is wel dat u de juiste voorbereidingen treft zodat u effectief kunt communiceren. U zult zich moeten onderscheiden van andere deelnemers en de aandacht vestigen op uw product, dienst of boodschap. U wilt immers effect! Het is aan u om beursbezoekers te triggeren! Met een doordacht communicatieconcept legt u de basis van een effectieve beursdeelname. Het standontwerp, de standinrichting, de give-aways, de activiteiten en acties rondom uw stand, alles hoort binnen het concept te vallen. Zo onderscheidt u zich van andere deelnemers. Daarnaast is het raadzaam de publiciteits- en advertentiemogelijkheden rondom de beurs te onderzoeken. Vergeet niet om uw relaties een persoonlijke uitnodiging te sturen. Ook deze sluit weer aan bij de stijl van het concept. Aansluitende acties resulteren namelijk in een versterkend effect!

Om optimaal rendement uit uw beursdeelname te halen, dienen uw medewerkers goed beslagen ten ijs te komen. Een goed getraind en gemotiveerd team kan bezoekers aanspreken, potentiële klanten selecteren en afspraken en orders scoren! BOOM® adviseert vele opdrachtgevers omtrent een effectieve beursdeelname. Een dergelijk traject start bij de ideevorming voor een concept, waarna vaststelling en realisatie volgen. Met een unieke presentatie loopt straks geen bezoeker uw stand voorbij. Met beustrainingen op maat motiveren specialisten van BOOM® uw personeel zodat uw deelname effect zal hebben. Uw stand wordt aansprekend en uw aanwezigheid opvallend effectief!



Hans van den BOOM® - Algemeen directeur en senior communicatieadviseur

## Campagne DELTA levert punten op

Als leverancier van onder meer gas, water, elektriciteit, internet, radio, televisie en telefonie is DELTA van vele markten thuis. Het overgrote deel van de Zeeuwse bevolking maakt dagelijks gebruik van deze producten. Dat levert hen voortaan voordeel op, want DELTA heeft een systeem ontwikkeld waarmee hun klanten aan het einde van ieder jaar een bonus tegemoet kunnen zien. Uit een bureaucompetitie werd BOOM® gekozen om invulling te geven aan de wervingscampagne voor deelnemers aan dit systeem.



Wie producten van DELTA en/of ZeelandNet afneemt en zich als deelnemer aanmeldt, spaart voortaan punten - door BOOM® tot 'DELTA PlusPunten' gedoopt. Des te meer producten er gebruikt worden en des te langer men klant blijft, des te groter het aantal punten. Aan het einde van ieder jaar worden de punten omgezet in een bonusbedrag dat direct op de bank- of girorekening van de klant wordt gestort.

DELTA benadert 160.000 particuliere klanten gefaseerd met een gedifferentieerde strategie: afhankelijk van de productafname en de contractvormen van de diverse klantengroepen. Iedere klant ontvangt een gepersonaliseerd mailpack met uitvoerige informatie. De boodschap is eenduidig: aanmelden is gratis, deelname is winst!

Voor de ondersteunende middelen, zoals de mediacampagne, site en brochure, heeft BOOM® gekozen voor een no-nonsense-aanpak. Herkenbare doelgroepen geven aan dat het sparen van DELTA PlusPunten vanzelf gaat met statements als:

'Sparen? Dat doe ik met mijn föhn, maar ook met mijn computer en mijn televisie en mijn douche...'

'DELTA PlusPunten' past in de multi-utility strategie van DELTA. Het succes van de campagne draagt er toe bij dat DELTA, ondanks de roerige ontwikkelingen in de diverse deelmarkten waarin het zich begeeft, een stevige verankering bij haar Zeeuwse klanten behoudt.

www.deltapluspunten.nl

opdrachtgever: DELTA N.V.  
branche: multi-utility: energie, milieu en water

## Ervaar de vakantiebeleving

VakantiePark Aquadelta positioneert zich met haar nieuwe website als aanbieder van de meest complete vakantie in Zeeland. De website geeft een duidelijk profiel van het vakantiepark en de vormgeving straalt rust en sfeer uit, zodat bezoekers van de website al helemaal in vakantiesferen komen. De opzet van de website is eenvoudig maar geraffineerd. Op basis van de 4 marketing P's (product, plaats, prijs en promotie) ervaart iedere gebruiker de unieke vakantiebeleving die VakantiePark Aquadelta aanbiedt.

BOOM® verzorgde de vormgeving van de website. De techniek werd verzorgd door iBuildings.

www.aquadelta.nl

opdrachtgever: VakantiePark Aquadelta  
branche: toeristische sector



## Vooroordelen over techniek wegnemen

De interesse voor techniek is onder jongeren de laatste jaren sterk afgenomen. Techniek staat te boek als 'smerig', 'slecht betaald' en als 'weinig enerverend'. Jongeren associëren techniek met arbeid voor laagopgeleiden. Het blijken misvattingen en vooroordelen te zijn, want banen in de techniek zijn goed betaald, uitdagend en er is volop behoefte aan gekwalificeerd personeel. Techniek is dus wel degelijk cool. Reden voor ROC Zeeland, ROC Westerschelde, STOEB Zeeland en Technocentrum Zeeland om gezamenlijk op te trekken.



BOOM® ontwikkelde een campagne gericht op leerlingen van middelbare scholen. Jongeren in de leeftijd van 12 tot 18 jaar moeten zelf keuzes maken over hun toekomst. Dat doen ze bij de sectorkeuze op het vmbo of bij het bepalen van een vervolopleiding in het mbo of hbo. De campagne speelt in op die keuze door jongeren op basis van de feitelijke situatie aan te moedigen om een mooie loopbaan in de techniek te kiezen. Zo wordt een reëel beeld geschetst en de interesse in techniek vergroot.

Met een aansprekende vormgeving wordt de aandacht van jongeren op techniek gevestigd. BOOM® maakte daarvoor gebruik van een creatieve symboliek. De letters van de boodschap 'Techniek is cool' werden opgebouwd uit technische symbolen zoals gereedschappen en ijzerwaren. Zo wordt de creatieve aard van een technisch beroep direct visueel zichtbaar. Er kan met techniek namelijk meer dan je je voor mogelijk houdt!

opdrachtgever: ROC Zeeland, ROC Westerschelde, STOEB Zeeland en Technocentrum Zeeland  
branche: onderwijs

## Jong geleerd, oud gedaan

Ondernemerschap is van levensbelang voor de economie. Daarom laat de non-profit organisatie Jong Ondernemen leerlingen van vmbo-, mbo- en hbo-opleidingen het ondernemerschap ervaren. De jeugd is immers de toekomst! Groepen leerlingen starten een eigen onderneming en kunnen daadwerkelijk hun eigen bedrijf. Zo krijgen zij te maken met alle facetten van de bedrijfsvoering en ontwikkelen zij een ondernemersgerichte houding.

Zonder de steun van donateurs kan Jong Ondernemen niet voortbestaan. BOOM® ontwikkelde daarom een wervende directmailactie waarmee het zakenleven in de regio wordt

## Biblioservicebus komt naar je toe!



Vanaf oktober 2005 rijdt de hypermoderne Biblioservicebus in de kleine kernen van Schouwen-Duiveland en Noord-Beveland. Sinds 2006 ook in enkele dorpen binnen de gemeente Veere. De dienstverlening van de bus is afgestemd op de bevolking van de kleine dorpen en vooral voor diegenen die aangewezen zijn op de voorzieningen in de eigen woonplaats. De Biblioservicebus is dan ook meer dan een bibliotheek alleen. Dankzij de aanwezigheid van moderne technologie en samenwerking tussen vele bedrijven en organisaties, vind je er een antwoord op iedere vraag. Of dit nu gaat over de dienstregeling van het openbaar vervoer, inschrijving bij het CWI, gemeentelijke informatie of een baan via het uitzendbureau. Ook is er (digitale) informatie en foldermateriaal van zorg- en welzijnsorganisaties beschikbaar. Ook kun je er terecht om boeken te lenen, geld te pinnen, bioscoopkaartjes te kopen en kunst te lenen. Een bus vol diensten en mogelijk-

heden dus. Maar nog niet bij iedereen bekend. De communicatieafdeling van de Zeeuwse Bibliotheek is sinds kort versterkt met BOOM® communicatieadviseur Emerence van Wingen. Zij geeft op detachingsbasis gemiddeld één dag per week invulling aan de ontwikkeling en uitvoering van het communicatietraject rondom de Biblioservicebus.

In de afgelopen periode heeft de bus zich gepresenteerd op diverse evenementen in de regio, is er een impuls gegeven aan de samenwerking met het CBK, worden presentaties verzorgd bij dorpsraden en had de bus de exclusieve voorverkoop van een Cine City film.

De Zeeuwse Bibliotheek benut dus de kennis en praktijkervaring van BOOM® en maakt gebruik van een kwalitatieve invulling van de benodigde capaciteit, zodat projecten niet onnodig lang blijven liggen.

Ook geïnteresseerd in onze detachingsmogelijkheden? Neem contact op met Emerence van Wingen: [e.vanwingen@boomcommunicatie.nl](mailto:e.vanwingen@boomcommunicatie.nl)

opdrachtgever: Zeeuwse Bibliotheek  
branche: overheid

## Digitale ondernemersbalie verhoogt service

Energie is voor veel ondernemers in de klein zakelijke markt een **low interest product**, een voorziening die het gewoon moet doen. Jarenlang bekommerde de ondernemer zich niet om zijn water, gas of elektriciteit, maar dat is veranderd met het openstellen van de energiemarkt. In verband met heviger concurrentie wordt het contact met klein zakelijke ondernemers voor DELTA N.V. steeds belangrijker. DELTA N.V. optimaliseert daarom haar service richting deze doelgroep. Zo ging onlangs een digitale ondernemersbalie online. Klein zakelijke ondernemers vinden bij de balie tips, informatie en een rekenmodule om hun energieverbruik en een eventuele besparing te berekenen.

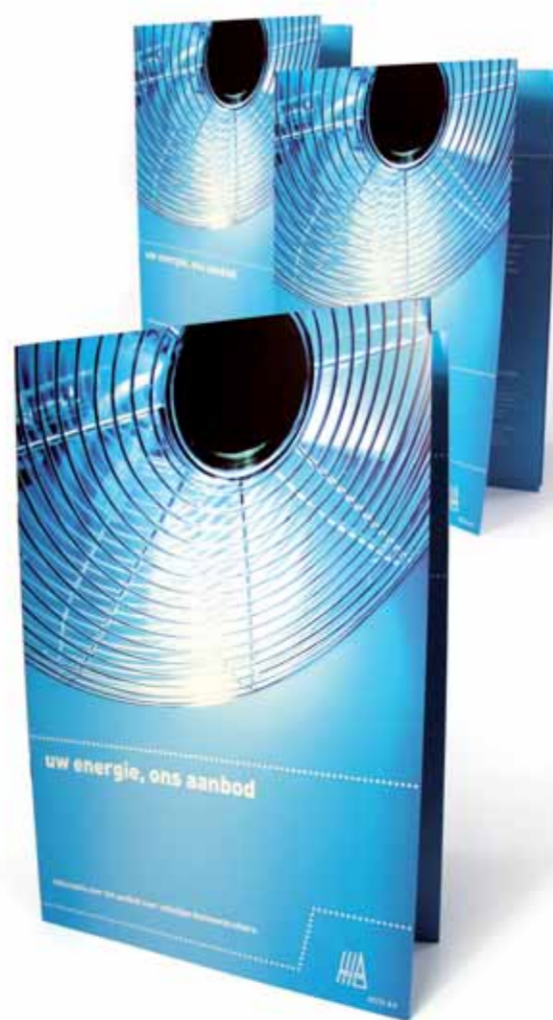
Met de slogan 'Uw energie, ons aanbod' geeft DELTA bekendheid aan de keuzes die klein zakelijke ondernemers voortaan worden geboden met betrekking tot hun energiecontract. DELTA biedt hen voortaan namelijk meerdere contractmogelijkheden, passend bij hun specifieke gebruik.

BOOM® adviseerde DELTA over de profilering, verzorgde een mailing met het nieuwe aanbod voor zakelijke energie en intro-

opgeroepen om dit nuttige initiatief te steunen. Jong Ondernemen ziet graag dat ondernemers het initiatief steunen vanwege een langetermijnvisie. Toch kunnen er ook op korte termijn effecten worden verwacht. Te denken valt aan extra naamsbekendheid voor bedrijven, frisse ideeën, nieuwe inzichten en mogelijkheden om getalenteerde jongeren te scouten. Meer informatie over Jong Ondernemen vindt u op [www.jongondernemen.nl](http://www.jongondernemen.nl) of bij dhr. Daan Jurry ([jurryjo@hetnet.nl](mailto:jurryjo@hetnet.nl)), coördinator voor Zeeland of dhr. Jan van Asseldonk ([asseldonk@jongondernemen.nl](mailto:asseldonk@jongondernemen.nl)), coördinator van Noord-Brabant.

opdrachtgever: Jong Ondernemen  
branche: non-profit

duceerde tevens de ondernemersbalie bij de markt. Dit in een zakelijke stijl met een herkenbare sfeer door doelgroepgericht fotogebruik. De energie staat centraal, waarbij een menselijke touch niet ontbreekt. Met de actie laat DELTA duidelijk zien en weten dat zij denkt vanuit de ondernemer en diens behoefte centraal stelt.



opdrachtgever: DELTA N.V.  
branche: multi-utility: energie, milieu en water

## E-cards effectief introductiemiddel voor jongeren

Bij de vmbo-afdeling van het Koning Willem I College in 's-Hertogenbosch is in korte tijd veel veranderd. Met ingang van dit schooljaar is de afdeling afgesplitst en onder de naam Duhamel College als zelfstandige school verdergegaan. BOOM® ontwikkelde een onderscheidende huisstijl voor het Duhamel College en begeleidt de introductie.

Gestart werd met een introductieactie, die leuk is voor leerlingen én naamsbekendheid genereert. De leerlingen van het college kregen een kaart thuisgestuurd waarmee de nieuwe naam en de nieuwe huisstijl werden gepresenteerd. Op de kaart staat een persoonlijke actiecode, waarmee de leerling op een speciaal daarvoor ingerichte internetsite kans maakt op prijzen. Om mee te dingen naar prijzen moet de leerling via de internetsite een e-card aan bijvoorbeeld een vriend, vriendin, neef of buurmeisje verzenden. Er is keuze uit een zestal e-cards, die ieder de nieuwe naam en stijl introduceren. Na verzending kan de leerling zijn code ingeven en krijgt hij direct te zien of hij een prijs gewonnen heeft. Zo niet, dan krijgt de leerling een nieuwe code waarmee hij opnieuw kan meedingen. Wel moet de card dan weer naar iemand anders worden verstuurd.

De actie bleek goed aan te slaan bij de jeugd getuige de succesvolle participatie door leerlingen. De leerlingen werden met de prijzen gestimuleerd om zoveel mogelijk e-cards te verzenden en de cards sloten aan bij de beleving van de jongeren waardoor ze graag aan de actie meewerkten. Een doelgroepgerichte actie!



opdrachtgever: Duhamel College  
branche: onderwijs

## Business Cards: om altijd bij de hand te hebben

Hoe groot is een A4? Wat zijn de ALT-codes voor speciale tekens op mijn PC? Is het 'ondermeer' of 'onder meer'? Welke correctie-tekens moet ik gebruiken bij een drukproef en welke onderwerpen komen aan bod in een communicatieplan? Het zijn enkele voorbeelden van veel voorkomende vragen waar u niet altijd het antwoord op paraat heeft.

BOOM® ontwikkelde een zestal praktische en handige 'Business Cards' die uitkomst bieden op vragen en handige tips bevatten. Kaart nummer één geeft een overzicht van diverse maatvoeringen die in de reclame- en communicatiebranche worden gebruikt, kaart nummer twee een overzicht van toetscodes voor de PC en kaart nummer drie een overzicht van correctietekens. Kaart nummer vier behandelt de opzet van het communicatieplan en kaart nummer vijf bevat een opsomming van allerlei huisstijl-dragers. Tot slot staan op kaart nummer zes allerlei taaltips. Het zestal handige kaarten is te bewaren in een speciaal daarvoor ontworpen opbergbakje dat u gemakkelijk op uw bureau kunt zetten. Zo heeft u altijd de praktische en handige 'Business Cards' bij de hand!



De Business Cards komen ook op de website van BOOM® te staan. Ook kunt u er nog extra exemplaren opvragen. Zie [www.boomcommunicatie.nl](http://www.boomcommunicatie.nl)

## Laat je eigen kracht zien!



Soomland in Bergen op Zoom is een professionele, kleine en moderne organisatie. De combinatie van omvang en professionaliteit maakt Soomland uniek. Door de kleinschaligheid is er volop ruimte voor kwaliteit en dat zie je dan ook terug in de persoonsgerichte dienstverlening, de woningen en zelfs de omgeving. Soomland heeft haar zaken goed voor elkaar. De externe communicatie wilde men verbeteren. Als je uniek bent en kwaliteit te bieden hebt, moet je daarover spreken. Reden voor Soomland om BOOM® in de arm te nemen.

BOOM® werkte een volledig communicatietraject uit dat de nadruk legt op die unieke eigenschappen van Soomland. Na de identiteit van Soomland te hebben doorgrond, werden de krachtigste eigenschappen vastgesteld in een gedegen plan, waarna een passend logo en een professionele huisstijl werden ontworpen. Door het krachtige concept af te maken met een frisse vormgeving, kan de corporatie nu ook laten zien wat ze is: persoonlijk, betrokken en net even iets anders.

opdrachtgever: Soomland  
branche: huisvesting

COLOFON Business Nieuws geeft een overzicht van recente projecten van BOOM®. Het overnemen van artikelen en afbeeldingen - geheel of gedeeltelijk - is toegestaan, mits voorzien van de bronvermelding: "Business Nieuws, een uitgave van BOOM® Creatie en Communicatie". BOOM® Creatie en Communicatie - ROTA-erkend - Goes: Stationspark 36, Postbus 244, 4460 AE Goes, T 0113 252052 - Breda: Reduillaan 33, Postbus 3455, 4800 DL Breda, T 076 8880033 - info@boomcreatie.nl - info@boomcommunicatie.nl - www.boomcreatie.nl - www.boomcommunicatie.nl