

Moustache!

Oud & Nieuw



CAMERIK



VOORTMAN

COMMUNICATIE- EN PR-ADVISEURS

Inhoud

03 Trendwatcher Adjiedj Bakas over communicatie in 2012

- 05 Twitteren met Moustache
- 06 De kalkoen maakt de kerstdis!
- 07 Syntus & Camerik Voortman
- 08 Selfmade: Twittertraining en Social Media Regioscan
- 10 CTNET & Camerik Voortman
- 11 De keuze van...
- 12 Opgesnord in het onderwijs
- 13 Gemeente Ooststellingwerf & Camerik Voortman
- 14 Terugblik 2011
- 16 Opgesnord bij NS
- 17 Het Friese Merenproject & Camerik Voortman

COLOFON

Moustache! is een uitgave van Camerik Voortman communicatie- en pr-adviseurs
K.R. Poststraat 7
8441 EL Heerenveen
0513-640017
www.camerikvoortman.nl

Tekst en productie:

Simone Stevens en
Bernou Dijkstra

Vormgeving:

Myrthe Heuzinkveld

Drukwerk: Telenga

Fotografie:

cover en twittertraining,

Menno de Boer

foto Adjiedj Bakas, Robert en

Sander Heezen

foto pagina 4, Simone Stevens

18 Onder de boom



19 Drop the details Column

Trendwatcher Adjiedj Bakas over communicatie in 2012

De opkomst van alle sociale media en de invloed van digitale communicatie maken één op de vier Nederlanders eenzamer dan ooit. Dat stelt Adjiedj Bakas, trendwatcher van het jaar 2009, in zijn nieuwste boek 'Het Einde van de Privacy'. Camerik Voortman sprak met Adjiedj en vroeg hem zijn licht te laten schijnen over de communicatietrends voor de komende jaren.



“Digitaal is niet per definitie sociaal”

Adjiedj, wat zijn de trends voor 2012?

“Arbeidsmarktcommunicatie wordt belangrijker. Dat komt door de groeiende werkloosheid, vooral in de administratieve beroepen, waar digitalisering toeneemt. Dat ligt anders voor ambachtswerk, daar is onverminderd veel vraag naar. Loodgieters verdienen nu al meer dan juristen. Met communicatie kunnen ambachtelijke beroepen ‘sexy’ gemaakt worden om jongeren te trekken. Verder zetten digitale communicatie en social media hun groei door, maar we blijken er ook een beetje moe van te worden. Zit ik één dag niet op Facebook, dan krijg ik meteen een bericht dat ik moet gaan kijken, omdat er vandaag weer zoveel spannends gebeurd is. Dat irriteert me weleens en ik ben niet de enige.”

Dus traditionele media komen terug?

“Die zijn eigenlijk nooit weggeweest, maar krijgen wel weer meer invloed. Deze trend is relevant voor iedereen, ook voor bedrijven. Miltjes verzuipen in de stortvloed aan mail die je dagelijks binnen krijgt. Een digitale uitnodiging, valt dan niet meer op. Dus gaan we weer papieren post versturen om contact met elkaar te krijgen.

Wantrouwen is een andere oorzaak voor de ‘revival’ van traditionele media. Wanneer iemand een miltje krijgt van zijn bank met een vraag om gegevens, kan het zomaar zijn dat het zijn bank niet is, maar iemand met verkeerde bedoelingen. Traditionele media geven dus meer vertrouwen. Ook televisie wint weer terrein. Mensen kijken meer tv. Door het grote aantal kanalen en ‘pulp’ kijken ze echter ook selectiever.”

“Mijn oma zit op Facebook.”

Niet iedereen 'gaat' digitaal?

“Nee. Ik zie een ‘Nieuwe Verzuiling’ in drie ongeveer even grote groepen. De eerste groep vindt digitaal geweldig. Groep twee noem ik de ‘Ot en Sien’-groep. Van hen hoeft het digitale niet zo, ze hebben er niks mee. De laatste noem ik de ‘Vinex’-groep. Zij willen wel digitaal, maar met mate. Deze groepen zijn niet leeftijdsgebonden. In de Ot en Sien groep zitten jongeren, in de Vinex-groep mijn oma. Zij zit op Facebook om het contact met haar kinderen en kleinkinderen goed te onderhouden. Op deze drie groepen moet je je communicatie inrichten, dus ook de traditionele communicatie. Daarnaast zie je de grens tussen een fysiek bedrijf en hun website vervagen. Wat je in de winkel kunt kopen, kun je ook online bestellen. Je komt elkaar dan minder tegen. Eén op de vier Nederlanders zegt eenzaam te zijn. Dat heeft onder meer met dergelijke digitalisering te maken.”

Adfiedj, wat zegt jouw glazen bol over tekst en beeld?

“Beeld wordt heel groot, maar tekst blijft. Bijvoorbeeld: Ik signaleer een soort retrobeweging naar steeds meer niche-tijdschriften over een specifiek onderwerp, in een kleine oplage en voor een selecte doelgroep. En tekst blijft natuurlijk altijd een rol spelen in social media.”

En hoe zit het met bedrijfscommunicatie?

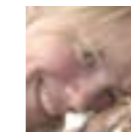
“Bedrijven worden platter en democratischer. De laag van het mid-management verdwijnt meer en

meer, dat betekent kortere communicatielijnen. En er verandert meer. Neem de taken van secretaresses: voorheen corrigeerden zij teksten, planden afspraken en maakten Powerpointpresentaties. Tegenwoordig doen hun bazen dit allemaal zelf, omdat ze altijd en overal toegang tot alle systemen hebben. Secretaresses worden personal assistants; ze plannen niet zozeer zijn of haar communicatie, maar wanneer zij of hij de kinderen moet ophalen.”

“Wantrouwen is een oorzaak voor de revival van traditionele media.”

Zijn er nog grenzen aan communicatie?

“Communicatie is overal al mogelijk. We bellen, sms'en, internetten, what's App-en, zelfs in de bergen in Nepal. Die uitbreiding zet zich voort. Met betere en snellere netwerken komen steeds meer data beschikbaar. Koppeling van databestanden maakt dat alles overal en altijd beschikbaar is. De keerzijde hiervan is kwetsbaarheid. Dat merkte je wel met de BlackBerry-storing. Meer storingen dus, soms door hackers. Die ‘rampen’ nemen toe naarmate de middelen worden verbeterd, versneld en vergroot.”



BernouDijkstra Bernou Dijkstra

Vandaag gestart met kerstmagazine voor #camerikvoortman, leuke onderwerpen bedacht. Spannend!



MyrtheHeu Myrthe Heuzinkveld

@BernouDijkstra Heb nu al zin om mooie vormgeving te verzinnen. Vast afspraak plannen? #meteendoorpakken



Bitoen Bitoen Tran

Goed idee @myrtheheu ik heb wel een leuk idee voor een titel...vind ik zelf tenminste #grappig



Simonetext Simone Stevens

@BernouDijkstra, nog een hoop te plannen, hoor. Jij gaat straks tig veel ervaring voor je stage opdoen met interviews voor kerstmagazine #camerikvoortman

Twitteren met Moustache



wilmahooij Wilma Hooijsma

Vanmiddag ff brainstormen over de titel voor het magazine van #camerikvoortman. Iedereen al ideeën?



CamerikTweets edith camerik

@wilmahooij Ik vind de titel van @Bitoen wel origineel: Moustache~! Want werken met #camerikvoortman, dat zit wel snor ;-)



AnneMariekeV AnneMarieke Voortman

De teksten voor het #kerstmagazine zijn bijna af. Net gehoord dat we in 2012 voor Windesheim en NS mogen werken! Wordt een super jaar



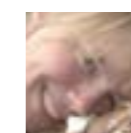
saroltaa Sarolta van Beek

@AnneMariekeV hoor net van @myrtheheu dat de vormgeving ook klaar is! #laatsteblikwerpen?



HildeFaber Hilde Faber

@BernouDijkstra Ze zijn binnen! Wow, dat ziet er goed uit! #onskerstmagazine



BernouDijkstra Bernou Dijkstra

Pff... ze zijn ... uit. Best trots op @camerikvoortman. Enne ... veel geleerd!

De kalkoen

maakt de kerstdis!

Ingrediënten

voor 10 personen

- Kalkoen van circa 4 kilogram
- 100 gram ontbijtspek, fijn gesneden
- 1 eetlepel olie
- 250 gram spruitjes, gesneden in vieren
- 600 gram verse worst
- 100 gram ontkorst en verkruimeld witbrood
- 2 teentjes knoflook, fijn gesneden
- Zout / Peper
- 1 snufje gemalen kruidnagel
- 1 snufje gemalen nootmuskaat
- 1 à 2 theelepels fijngesneden salie
- 1 theelepel tijmblaadjes
- 2 eieren
- 3 deciliter gevogeltefond (pot) of kippenbouillon (tablet)
- 2 deciliter slagroom



Bereiding:
www.camerikvoortman.nl/kerstrecept

Syntus

Camerik Voortman

“Veel OV-kennis en inlevingsvermogen”



Remko ten Brinke

Wie is Syntus?

Syntus verzorgt het openbaar bus- en treinvervoer in de Achterhoek, Midden Overijssel, West-Twente, de Betuwe, de Veluwe en vanaf december 2013 in heel Twente. Het hoofdkantoor zit in Doetinchem.

Camerik Voortman was een oude bekende van Syntus en kwam eind 2010 opnieuw met het bedrijf in contact. Op dat moment stond Syntus behoorlijk onder druk. Remko ten Brinke, manager commercie bij Syntus, kijkt terug.

“Op de spoorlijn Arnhem-Winterswijk lag veel druk. Stakingen dreigden en in de media werden Syntus, ProRail en provincie Gelderland tegen elkaar uitgespeeld. Het was fijn dat Camerik Voortman direct kon inspringen.”

Volgens Remko ontstond er rust: “Camerik Voortman zorgde ervoor dat er geen verschillende geluiden meer in de media kwamen door de communicatie te coördineren. AnneMarieke neemt de perswoordvoering professioneel ter hand. Camerik Voortman heeft veel kennis van het Openbaar Vervoer en leeft zich goed in de klant in. Daarmee onderscheidt het bureau zich duidelijk.”

In de laatste maanden van dit jaar bedacht Camerik Voortman snelle klantacties voor Syntus en organiseerde de uitvoering ervan.

Het bureau begeleidde ook de communicatie rond het nieuwe station Westervoort. Onder meer een folder en een duidelijke Prezi brachten voor de reiziger, media en stakeholders helderheid in de veranderingen.

Snel in actie

In 1999 al was Camerik Voortman voor het eerst actief voor Syntus bij de start van het bedrijf. Sinds 2010 zet het communicatiebureau zich opnieuw in voor het OV-bedrijf met onder meer:

- de perswoordvoering;
- de productie van een Prezi voor station Westervoort;
- een poster, folder en Prezi voor het digitale loket voor sterabonnements bij Syntus;
- de creatie, uitwerking en organisatie van klantenacties.

Selfmade:

Twittertraining en Social Media Regioscan

Social media: Wie kan er nog omheen? Het zijn dé kanalen om met je doelgroep in contact te komen. Twitter, Facebook, LinkedIn vertellen je waar je doelgroep is en wat hen bezighoudt. Maar hoe gebruik je die nieuwe media nu effectief? Camerik Voortman ontwikkelde twee social mediaproducten om opdrachtgevers op weg te helpen: de training Twitter met Beleid en de Social Media Regioscan™.

“Luisteren én zelf aan de slag”

Meer dan de helft van de twitteraars verbindt haar twitter-account aan een ander sociaal netwerk zoals LinkedIn en Facebook.

“We nemen de deelnemers bij de hand, de wereld van Twitter in”, lacht Bitoen Tran, ‘Twittertrainer’ van Camerik Voortman. “Als het nodig is, beginnen we echt bij nul. We vertellen wat Twitter is en helpen de deelnemers vooraf om hun eigen account aan te maken. En dan is het oefenen geblazen! Ze krijgen dus niet alleen uitleg maar gaan er zelf mee aan de slag.” De training is geschikt voor zowel bedrijven als (semi-) overheid. “We maken een programma op maat voor de deelnemers en hun doelen”, bevestigt Bitoen.

Doeltreffend

Voor bedrijven kan het doel een hogere omzet zijn. Of met social media beter in beeld komen bij hun (potentiële) klanten. “Ook kan Camerik Voortman ze helpen meer te weten te komen over de wensen van de klant: waar zit die op te wachten?” Overheden (en semi-overheden) kunnen met Twitter en andere social media op een andere, meer persoonlijke manier contact leggen met burgers. Ze kunnen beeldvorming en publieke opinie beïnvloeden en snel reageren op vragen of klach-

ten. Daarmee laat je zien dat je een slagvaardige organisatie bent, mensen die hun best doen voor burgers.

Tien geboden

Hoe gaat zo’n training precies in zijn werk? Met een voor de klant op maat gemaakte Prezi worden de mogelijkheden van social media voor de klant onder de loep genomen. De halve wereld is er mee bezig, maar hoe doe je het nou goed? En wat wil je bereiken? “Dat maken we heel concreet.” Aan de hand van een passende case begeleidt de trainer de deelnemers in hun (soms allereerste) stappen op het Twitter- en social media pad. Met een jaarkalender wordt een doorkijkje gegeven naar hoe de deelnemers social media de komende maanden goed kunnen inzetten en krijgen de deelnemers 10 geboden en 50 tips voor goede content. “Een geheimpje van de zaak: bij de start van de training laten we zien hoe de deelnemers op dat moment actief zijn op social media. Dat leidt vaak tot verraste reacties van de deelnemers. Maar niet verder vertellen, hoor,” eindigt Bitoen.



Voor bijna 60% is Twitter werk: zij tweeten voor hun werkgever, klanten of hun eigen bedrijf.

Nieuw: de Social Media Regio Scan™

Waar is mijn doelgroep op het Internet? De Social Media Regio Scan™ van Camerik Voortman geeft antwoord. Deze door het bureau zelf ontwikkelde, handige tool laat zien wie in welke mate actief is op welke social media (Facebook, Hyves, LinkedIn en Twitter) in een bepaald gebied. Organisaties krijgen zo inzicht in hoe en waar ze hun doelgroep via social media kunnen bereiken. Ook komen opdrachtgevers meer te weten over waar hun doelgroep over praat. Daar kunnen ze hun boodschap op afstemmen. Opdrachtgevers krijgen dus meer zicht op de behoeften van hun doelgroepen en halen meer rendement uit hun (marketing)communicatie euro's.

- ♦ 56% van de twitteraars is vrouw. 44% is man. Vrouwen domineren het social web.
- ♦ Gemiddeld volgen mensen 506 mensen op Twitter en worden zij door 386 anderen gevolgd.
- ♦ Er zijn ruim 400 duizend Nederlandse twitteraars.
- ♦ Gemiddeld worden er per persoon, dagelijks 9,8 tweets verstuurd
- ♦ Dit zijn in Nederland meer dan 4 miljoen tweets per dag

Zij hebben het onder de knie...

Verschillende klanten van Camerik Voortman kunt u op Twitter tegenkomen, zij volgden met succes onze Twittertraining. Het college van B&W en het managementteam van de gemeente Boarnsterhim, bijvoorbeeld, en de Rekenkamer Oost-Nederland en de gemeenteraad en communicatieadviseurs van gemeente Almelo. De training is ook gegeven aan raadsleden van de gemeente Ooststellingwerf; de eerste opdrachtgever die ook de Social Media Regio Scan™ door Camerik Voortman liet uitvoeren.

CTNET & Camerik Voortman

“Aan één woord genoeg”



Theo Welling

Het woord is aan Theo Welling van CTNET. Sinds 2010 werkt Camerik Voortman voor het automatiseringsbedrijf, tot wederzijds genoegen.

“Het was hoog tijd voor een nieuwe website”, vertelt Theo. Samen met Camerik Voortman zetten hij en zijn collega's de wensen op een rij. Sarolta van Beek ging aan de slag. Een brainstorm met collega's en drie pizza's verder lag er een pakkend concept voor de nieuwe site. Het werd een totaal nieuwe look en feel, voorzien van herschreven tekst en fotografie. “Het technische gedeelte konden we vanzelfsprekend zelf”, verklaart Theo. “Met de inbreng van Camerik Voortman ben ik in mijn nopjes.” Waarom viel de keuze eigenlijk op het Heerenveense bureau? “We kenden elkaar al”, antwoordt Theo. “Dat vond ik een groot voordeel. Zij kennen ons omdat ze werken met Virtual Office. En wij waren, voor we met Camerik Voortman in zee gingen, positief over wat we van hun hadden gezien. En ze hebben aan één woord genoeg, dat scheelt tijd.”

Theo heeft Camerik Voortman nu gevraagd om advies voor de online communicatie: hoe kan CTNET de website actueel en aantrekkelijk houden en meer bezoekers werven? Theo: “Ik ben benieuwd naar de antwoorden, dat helpt ons opnieuw een flinke stap vooruit.”



Thuis in de wereld van websites

Sinds 2010 levert Camerik Voortman producten aan CTNET. Bijvoorbeeld:

- (her)schrijven van teksten voor de nieuwe website;
- advies over fotomateriaal en beeldselectie voor de nieuwe website;
- advies over en de vormgeving van de nieuwe website.

De keuze van Michiel Jonker

Woordvoerder bij de Noord-Zuidlijn, de projectorganisatie van de gemeente Amsterdam die de nieuwe metrolijn bouwt. Was eerder actief als woordvoerder van ProRail en NS en als PR-manager bij Thalys. Hij studeerde aan de Hogeschool van Rotterdam en was gastspreker op Camerik Voortman's relatiedag 2011.

Top 5 communicatieboeken 2011:



1.

Veel gekwetter, weinig wol

door Chris Aalberts, Maurits Kreijveld

‘In dit boek staat de vraag centraal of social media daadwerkelijk leiden tot vernieuwing die politiek en overheid ingrijpend doet veranderen. Je leest de resultaten uit een onderzoek naar het gebruik van social media door overheden, politici en burgers in Nederland.’



2.

Mark Rutte is lesbisch

door Raoul Heertje

‘Waarom laten we ons zo sterk leiden door de media? Wat die ons voorschotelen, is immers vaak het resultaat van afspraken en patronen, van toeval en gewoontes? Met een authentieke verbazing kijkt Heertje rond in Nederland. Na het lezen van dit boek ben je nooit meer de argeloze kijker van voorheen.’



3.

Great to cool

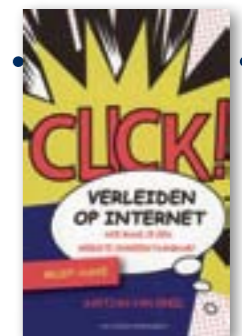
door René Boender

‘In dit boek deelt Boender met veel energie zijn ervaringen, kennis en visie met als doel: ‘business happiness’ vergroten. Iedere pagina biedt nieuwe informatie en inspiratie. Verandering begint met het geloof dat jij het verschil kan maken. En wilt maken!’

Verleiden op internet

door Aartjan van Erkel

‘Online gedrag is voorspelbaar. Met eenvoudige ingrepen geeft u klanten het gevoel dat ze welkom zijn op uw website. Daarna laten ze zich graag overtuigen. En er zijn verrassende manieren waarop u uw klanten onbewust kunt beïnvloeden!’



4.



5.

Met Antwoord© in dialoog

samengesteld door verschillende (overheid)instanties

‘Dit boek gaat in op veranderingen en kansen die ontstaan tijdens het gebruik van social media en cloud computing. Hoe kan de overheid het gebruik van social media aanpakken? En wat is de rol van bestuurders en managers? Een E-boek dat inspireert tot nieuwe strategieën.’



De Centrale As: Noordoost Fryslân bereikbaar

Met een nieuwe weg van Dokkum naar Nijega is Noordoost Fryslân in de toekomst beter bereikbaar. Economie, veiligheid en leefbaarheid varen er bovendien wel bij. Camerik Voortman staat het verantwoordelijke projectbureau, onderdeel van provincie Fryslân, al enige jaren bij in haar communicatie. Sinds september is met name Hilde Faber actief voor de afdeling communicatie van het projectbureau. Ze ontwikkelt communicatieplannen, maar draait haar hand ook niet om voor de uitvoering ervan. "Het werkt heel prettig zo", vindt Jeen Bruinsma van het projectbureau. "Camerik Voortman is erg flexibel. Ze springen snel in en zijn goed bereikbaar." Camerik Voortman heeft inmiddels ook een nieuwe website gebouwd voor De Centrale As. Zowel vormgeving als content nam het bureau voor haar rekening.

Opgesnord in het onderwijs

REaCtys

Sinds 2010 werkt Camerik Voortman samen met REaCtys, een regionaal expertisecentrum van dertien scholen voor speciaal onderwijs in Midden-Nederland. Vanaf 2013 wordt REaCtys inactief vanwege de transitie naar passend onderwijs als gevolg van nieuwe regelgeving. Tot die tijd moet de communicatie om alles goed over te dragen optimaal zijn. Hierbij krijgt REaCtys hulp van Edith Camerik. Zij adviseerde het management over de communicatie rond deze ingrijpende organisatieverandering. In de uitvoering kreeg dit vorm ondermeer in kleurige Expertisewaaiers voor primair en voortgezet onderwijs en voor ROC's. Ook werd een tijdsbalk ontwikkeld, die stap voor stap laat zien hoe dit complexe traject de komende tijd verloopt. Daarnaast heeft Camerik Voortman de mailing verzorgd naar de belangrijkste doelgroepen.

NHL Hogeschool

Al bijna vijf jaar werkt Camerik Voortman samen met NHL Hogeschool Leeuwarden. Belangrijkste wapenfeit is de communicatie rond de 'giga-verhuizing' van 10.000 studenten en 1.000 medewerkers in 2010. Met als kroon op het werk de komst van prinses Máxima om het nieuwe gebouw te openen. Camerik Voortman leverde een interim-hoofd voor de afdeling Marketing en Communicatie, toen daar even een 'gat' viel. Met de organisatie van de voorlichtingsacties 'This Summer, your own hummer' en 'Walk of Fame' stond het bureau de NHL al eerder bij in haar studentenwerving. Camerik Voortman stelde daarnaast mediabeleidsplannen voor de Hogeschool op. Last but not least verzorgt Camerik Voortman de vormgeving voor Know How, het blad voor de deeltijdstudenten aan NHL Hogeschool.

Gemeente Ooststellingwerf & Camerik Voortman

"Geen speld tussen te krijgen"



Dénise Hamstra

Dénise Hamstra, senior communicatieadviseur bij de gemeente, probeerde als eerste een nieuw product van Camerik Voortman uit. Andere projecten volgden snel.

De gemeente Ooststellingwerf was de eerste opdrachtgever voor wie Camerik Voortman de nieuwe en zelfontwikkelde Social Media Regioscan uitvoerde. "Een geweldig product", zegt Dénise, "dat veel mensen hier aan het denken gezet heeft. Er is gewoon geen speld tussen te krijgen. Volgend jaar willen we de scan herhalen." Dat is niet het enige waar Dénise blij mee is. Camerik Voortman dacht ook mee over het nieuwe intranet en verzorgde een Twittertraining.

"Hun professionele houding spreekt me aan. Ze denken mee, maar ook vooruit en zijn proactief." Ook de teamgeest binnen het bureau vindt Dénise kenmerkend. "Je merkt dat ze binnen het bureau met meerdere mensen tot hun advies komen. Er is goed over nagedacht. Ze begrijpen

bovendien wat er speelt bij een gemeente. De samenwerking is prima en ik zoek ze in 2012 zeker weer op."



Uitnodiging officiële start C.J.G.

Social Media en meer

Sinds dit jaar is Camerik Voortman actief bij de gemeente Ooststellingwerf. Zo heeft het bureau bijvoorbeeld:

- een format voor een nieuw intranet gecreëerd;
- de opening van het Centrum Jeugd en Gezin georganiseerd;
- de Social Media Regioscan uitgevoerd;
- een Twittertraining gegeven.

“Creatieve, op korte termijn uitvoerbare ideeën bedenken”

Het jaar is omgevlogen... wéér twaalf maanden van noeste arbeid zomaar voorbij. Wat bracht 2011 voor Camerik Voortman? Een Heerenveense terugblik met 2011 in de achteruitkijkspiegel.

2011

In de achteruitkijkspiegel

Januari

Interim opdracht binnen! Linda Udo verzorgt voor Camerik Voortman de organisatie van de NHL, Stenden en Van Hall Larenstein Wegwijsdag. Van het samenstellen van de programmering, het regelen van de workshops en lokalen tot de catering. Oftewel: alles wat zo'n Wegwijsdag perfect laat verlopen.

Februari

Het is zover... De geheel nieuwe stand voor Het Friese Merenproject op beurs Boot Holland is klaar, compleet met Twitter! Ook een mooi moment voor de lancering van de nieuwe website. Jorritsma, Commissaris van de Koningin en Gedeputeerde Adema openen de stand met een tweet over #friesemeren.

Maart

Het zijn andere tijden. Dat vraagt erom de markt actief te bespelen. Met het hele team zetten we ons enthousiast achter de telefoon voor een belmiddag. We bellen met bestaande en nieuwe relaties, én maken afspraken.

April

Donderdag 28 April

We mogen de opening van twee sluizen, onderdeel van de Noordelijke Elfstedenvaartroute, organiseren. Creatief denken is nodig: sluis Alde Leie en sluis Wier worden gelijktijdig geopend... maar liggen 12 kilometer uit elkaar! We kunnen pers en genodigden moeilijk in tweeën hakken. De oplossing: een filmreportage over de sluis in Wier. Die vertonen we bij de opening van sluis Alde Leie. Zo liggen ze even heel dicht bij elkaar!

Mei

Voor Wetterskip Fryslân een open dag van het imposante J.L. Hooglandgemaal georganiseerd. We hebben aan alles gedacht: zelfs kinderen hadden een leuke dag met kleurwedstrijden en clowns. Het startsein voor de officiële heropening van het gemaal werd gegeven door staatssecretaris Atsma.

Juni

Dinsdag 28 Juni

Camerik Voortman Entertainment. Onze relaties konden achterover leunen in de comfortabele rode stoelen van de Heerenveense bioscoop. Onze relatiedag draaide om de kracht van beleving en beeld. De vele positieve reacties maakten dat wij die avond moe, maar heel voldaan naar huis gingen.

Juli

Bittere pil, de aanbesteding van de politie Fryslân gaat aan onze neus voorbij. Met een pizzabrainstorm, en avonden doorwerken toch tweede worden, dat is zuur. Onze drie campagnevoorstellen 'Stommer dan je brommer', 'Landbouwverkeer' en 'Had jij gebeld?' haalden het nét niet. We hadden iets teveel out of the box gedacht... een ander bureau kreeg de voorkeur.

Augustus

Offerte gemaakt voor een innovatief format om de gemeentelijke jaarbegroting beeldend weer te geven met behulp van Prezi. Een vooruitstrevende gemeente is hierbij launching customer en samen kunnen we dit nieuwe product ontwikkelen en wellicht meer gemeenten helpen. Want met beelden betrek je de inwoners veel makkelijker. Spannend of we de opdracht mogen uitvoeren!

September

Donderdag 1 September

Vormgeefster Myrthe Heuzinkveld versterkt het team van Camerik Voortman. Myrthe studeerde aan de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen en werkte bij een ontwerpstudio, het Friesland College en NHL Hogeschool. 'Werken binnen de kaders van een huisstijl, dat heb ik daar wel geleerd. Een ingewikkeld verhaal vertellen in beelden zodat het een pakkend verhaal wordt dat past bij het dna van de organisatie, daar hou ik van!'

Oktober

Dinsdag 4 Oktober 17.00 - 19.00 uur

We schuiven allemaal aan voor een pizzameeting. Het doel: creatieve, op korte termijn uitvoerbare ideeën bedenken voor Syntus, die haar bus- en treinreizigers extra aandacht wil geven. Reizigers moeten met een

winteractie het gevoel krijgen dat Syntus hen niet in de kou laat staan. Verrassende ideeën passeren de revue. En worden omgezet in een succesvolle opdracht.

November

Maandag 14 November 13.00 - 14.00 uur

Jippie! We mogen een offerte maken voor Rabobank Heerenveen voor tekstwerk, een personeelsblad en een relatiemagazine. We wachten in spanning af of deze opdracht doorgaat... dat zou toch leuk zijn!

December

Tijdens de lunch presenteert bureau iGlow over de impact van beeld en video in communicatie. Zo houden wij onze vakkennis up-to-date.





Fryslân roert de trom over krimp

Geen kramp van Krimp, de provincie Fryslân buigt zich al enige tijd over die vraag. En schakelde Camerik Voortman hierbij in. AnneMarieke Voortman ontwikkelde samen met het projectteam een communicatieplan voor het Krimpdossier. Met als gewenst resultaat dat met de communicatie 'de neuzen dezelfde kant op gingen staan'. Eén van de activiteiten was het symposium 'Fan mear nei better', georganiseerd door Camerik Voortman. Ruim 100 Friese stakeholders bezochten het Abe Lenstra Stadion, waar het gonsde van de discussies. Hoogtepunt was een trommelact met uiteenlopende trommelaars: van bestuurders van woningcorporatie en zorginstelling tot makelaar en gedeputeerde. Een leuke onderbreking, maar ook een goede manier om een samenwerkingsgevoel te creëren en de kracht van de groep te ervaren. Veel aandacht trok ook de eigentijdse Prezi, die Camerik Voortman had ontwikkeld. Benieuwd? Klik op de link op onze website.

Opgesnord bij NS

Thuis in tekst voor NS

Al jaren werkt Camerik Voortman met veel plezier voor NS. Ze kennen de wereld van NS van haver tot gort. Meest in het oog springend is de productie van verschillende bedrijfsbladen voor het spoorwegconcern. Voor NS Poort neemt Camerik Voortman zowel de teksten als de begeleiding van beeldproductie en vormgeving van Enter voor haar rekening. En het bureau levert menig tekstbijdrage voor NedTrainNU, het blad voor medewerkers van NedTrain. Ook NS Reizigers weet hen te vinden: met grote regelmaat zijn artikelen van hun hand te vinden in oNS. In veel artikelen is de vaardige pen van Simone Stevens te herkennen. Ook NS Reizigers deed afgelopen jaar geregeld een beroep op Camerik Voortman, dat was voor een aantal speciale uitgaven in het kader van organisatieverandering.



Het Friese Merenproject & Camerik Voortman

“Communicatieve spin in het web”



Jaap Goos

Fryslân verzilvert haar goud

Het Friese Merenproject wil Fryslân als watersportprovincie nóg aantrekkelijker maken. Door een miljoeneninvestering worden onder meer nieuwe vaarroutes gemaakt, voorzieningen uitgebreid en watersportplaatsen mooier gemaakt. En dat alles met veel oog voor natuur en omgeving. Goed voor de watersporter, goed voor de Friese economie!

Al tien jaar regelt Camerik Voortman de communicatie voor Het Friese Merenproject. Jaap Goos, programmamanager van het ambitieuze project, is nog niet uitgekeken op de samenwerking.

“Kenmerkend vind ik de stiptheid waarmee Camerik Voortman de communicatie coördineert. Dat is geen geringe opgave: dit project is een samenwerking tussen veel verschillende partijen. Dan is zo'n communicatieve spin in het web waardevol. Voor onze eigen communicatieadviseur zijn het advies en de extra handen in de uitvoering van onder andere Wilma Hooijsma, een grote hulp. Er is intensief contact en erg handig is ook de communicatiekalender waarmee zij werken. Stipt zijn ze ook in de organisatie van uiteenlopende evenementen. Van starthandelingen tot feestelijke opleveringen van aquaducten en vernieuwde vaarroutes, het is altijd tot in de puntjes geregeld.

Camerik Voortman is bijna vanaf het begin bij Het Friese Merenproject betrokken. In 2009 is opnieuw bekeken welk communicatiebureau ons het beste kon bijstaan. Na objectieve beoordeling kwam Camerik Voortman toch opnieuw als beste uit de bus. Dat is veelzeggend, vind ik.”

Tekst, website, evenementen en meer
Sinds 2001 verzorgt Camerik Voortman een groot deel van de communicatie binnen het project. Een greep uit het werk:

- Een nieuwe website
- Productie van relatiemagazine Meer over Meren, ieder half jaar
- Productie van brochures, uitnodigingen, etc.
- Organisatie van bijeenkomsten, starthandelingen, openingen en mijlpalen.

Onder de boom...

Bent u ook geïnspireerd door alle nieuwe snuffjes die verschenen zijn de afgelopen tijd? Met deze gadgets en apps, aangeraden door Camerik Voortman, bent u het helemaal in 2012!

USB-kerstboom

aangeraden door Sarolta van Beek

“De USB-kerstboom doet het rond deze tijd van het jaar altijd weer goed. Het brengt de kerstsfeer mee, waar je ook bent.”



Wat wordt het?

aangeraden door Wilma Hooijsma

“Met deze app kan je alle Nederlandse woorden vertalen naar het Fries en andersom!”

Apple Wireless Keyboard

aangeraden door Simone Stevens

“Deze staat op mijn lijstje. Echt handig om bijvoorbeeld in de trein op je iPad te kunnen werken.”



Dropbox

aangeraden door Hilde Faber

“Met deze app kun je online bestanden opslaan en vanaf meerdere locaties bekijken. Toegang tot al je documenten, overal bereikbaar. Handig toch.”



No muts, no glory

aangeraden door Bitoen Tran

“Leuke wintermuts waar je gezicht én gezichtshaar mee warm kunt houden.”



iPhone 4S

aangeraden door Edith Camerik

“Ik kan niet wachten tot ik de iPhone 4gs met Siri in huis heb!”

Hipstamatic

aangeraden door Myrthe Heuzinkveld

- “Hipstamatic is een foto-app die
- de foto's van je mobiel omzet naar
- nostalgische zeventiger jaren Polaroid
- plaatjes. Foto's ademen sfeer uit als je
- de app download.”



iPad Apple Camera connection kit

aangeraden door Anne Marieke Voortman

“Met deze connection kit kun je foto's van je camera makkelijk op je iPad zetten en ze zo op een mooie manier laten zien aan je vrienden.”

Drop the details!

We zaten er echt mee in onze maag. Er lag een Powerpointpresentatie, maar daar waren we eigenlijk niet tevreden over. Het was ook een behoorlijk complex verhaal: de veranderingen die we als NS willen doorvoeren in de dienstregeling van Noord-Nederland en de gevolgen daarvan voor onder meer Hoogeveen. Het plan: de ‘Schipholtrein’ niet meer laten stoppen op onder andere Hoogeveen. Daarvoor in de plaats komt een extra stoptrein en een mooie ‘ligging’ van de treinen in het uur. Maar dit plan ‘stuitte’ al een paar jaar op bezwaar van een groep actievoerders uit Hoogeveen. Terwijl een veel grotere groep reizigers, ook mensen uit Hoogeveen, er flink op vooruit zou gaan...nou ja, ik zal de details achterwege laten. Dat was trouwens ook het advies van Edith Camerik. “Je hoeft niet alles te vertellen, teveel details maken het verhaal nodeloos ingewikkeld.” Ze kreeg groot gelijk.

We hadden besloten dat we wel hulp konden gebruiken en wilden graag een bureau dat NS al kent. Camerik Voortman had ons al eerder geholpen met de communicatie rond een grote buitendienststelling van station Arnhem. Ik wist dat als het snel en nét even anders moet, Camerik Voortman een goede keuze is. We besteden op communicatiegebied niet veel uit, doen zoveel mogelijk zelf. Dus als we hulp zoeken, moet het wel wat opleveren!

Edith had zich in no time ‘ingevreten’ in het ingewikkelde Hoogeveenverhaal. Blijf bij de hoofdlijn, was haar advies. “En is het een idee om de informatie in beelden uiteen te zetten?”, vroeg ze. Ja, dat vonden we zeker een idee. Edith schakelde haar collega en ontwerper Myrthe in, die er een pakkend beeldverhaal van maakte. Een meesterzet, want na de presentatie van dit verhaal aan Provinciale Staten was het verzet grotendeels ‘gebroken’ en was bijna iedereen het over de wijzigingen voor station Hoogeveen eens. Zo blijkt maar weer: beelden zeggen vaak meer dan duizend woorden...



Corien Koetsier
PR-manager NS
Regio Noordoost



Camerik Voortman, *dat zit wel...*

