

Dit is een uitgave van
het creatief collectief
Littel Communicatie,
BasisCom en
Krex Vormgeving.



Hülya Bektan en Jos Littel van Littel Communicatie, Jack Koehorst van BasisCom en Peter Krauweel van Krex Vormgeving.

Kwaliteit & Continuïteit

Bedrijfscommunicatie vergt onderhoud. Een voorwaarde voor het voortbestaan van een onderneming of product is het vanuit verschillende invalshoeken via een uitgebalanceerde mix de toegevoegde waarde naar de markt te communiceren. Coca Cola bijvoorbeeld doet na 125 jaar nog steeds intensief aan marketing. Er moeten dus constante inspanningen verricht worden.

De communicatie moet vooral consistent zijn en een sterk concept bevatten. Het mooiste is als u zelf een afdeling PR & (Marketing)communicatie heeft. Maar u kunt ook kiezen om een professioneel bureau in te huren.

Wij van Littel Communicatie, BasisCom en Krex Vormgeving werken al meer dan tien jaar samen zodat wij onze klanten niet alleen kwaliteit maar ook continuïteit kunnen aanbieden. Alsof wij uw interne communicatieafdeling vormen. Zo ervaren onze opdrachtgevers dat ook.

“Maatschappelijk verantwoord ondernemen **is een must** voor elke ondernemer”

Ondernemen met aandacht voor de drie P's: people, planet en profit is een mooie aanvulling op de vijf marketing-P's. Door het overvloedige aanbod van vergelijkbare producten en diensten is het lastiger geworden de onderscheidende eigenschappen naar de doelgroep te communiceren.

Zijn de verschillen in de producten miniem? Maak dan door verantwoord te ondernemen het verschil! Dat is goed voor uw profit want uit onderzoek blijkt dat uw medewerkers zich dan meer betrokken voelen bij uw organisatie. Maar ook zullen klanten eerder uw producten kopen omdat u om uw maatschappelijke betrokkenheid wordt gewaardeerd en u gaat ook nog spaarzaam om met het milieu. Maatschappelijk verantwoord ondernemen is een uitstekend marketingtool. Dus maak er gebruik van. Weet u niet precies hoe, wij helpen u graag.



Toolkitevent

voor antwoorden & advies

Uniek interactief symposium met praktische workshops voor ondernemers.

Op zaterdag 10 december 2011 vindt in het NBC in Nieuwegein een uniek interactief symposium plaats met praktische workshops voor ondernemers uit de provincie Utrecht.

Wat dit event zo speciaal maakt is dat u van te voren vragen kunt inzenden die vervolgens gegarandeerd in de betreffende workshops worden behandeld.

U bepaalt dus zelf welke thema's er in de verschillende workshops aan de orde komen.

Waarom deelnemen?

Om succesvol te zijn als ondernemer moet u niet alleen goed zijn op uw eigen vakgebied. U moet ook klanten werven, financieel deskundig zijn, u wapenen tegen eventuele risico's, netwerken opbouwen en uitbreiden, leidinggevend zijn voor uw personeel, enzovoorts .

Maar welke tools kunt u het beste gebruiken en wie kan u hierbij onafhankelijk adviseren zonder dat u hiervoor een gepeperde rekening moet betalen?

Het Toolkitevent geeft handreikingen en persoonlijke antwoorden op al dit soort ondernemersvragen. Een event vol met praktische tips, trucs & tools, waarmee ondernemers direct aan de slag kunnen gaan.

Korting voor onze relaties

De deelnameprijs is €98,=, exclusief BTW. Deze prijs is inclusief koffie, thee, lunch en de afsluitende netwerkborrel. Omdat u tot onze relatielid behoort, ontvangt u €10,00 korting. Vermeld hiervoor **LC382JL** bij de kortingscode bij op het inschrijfformulier.

Het Toolkitevent wordt georganiseerd in samenwerking met de Kamer van Koophandel Utrecht en mediapartner Ondernemen . Meer informatie vindt u op www.toolkitevent.nl.

The screenshot shows the website layout. On the left is a navigation menu with links: Home, Programma, Workshops, inschrijven, and Contact. The main content area has a pink background with the headline "Op weg naar succesvol ondernemerschap!". Below this, it says "ZPP Toolkitevent op dinsdag 18 januari 2011 in NBC Blokhoeve, Nieuwegein. Interactief symposium voor ZPP-ers". To the right, there is a search bar with the URL "www.toolkitevent.nl" and a "Toolkit Event" logo. Below that, the event title "Toolkitevent voor antwoorden & advies" is displayed, followed by the subtitle "Uniek interactief symposium met praktische workshops voor ondernemers." and a small photo of a woman speaking.



En toen ging het licht uit!

Een voorbeeld van het nemen van uw maatschappelijke verantwoordelijkheid is het treffen van energiebesparende maatregelen. Zo proberen ook wij een steentje bij te dragen aan de energiereductie. We doen weer wat vroeger de verlichting aan, dus een mooie gelegenheid om alle gloeilampen te vervangen door energiezuinige.

Maar waaruit moet je nu kiezen: halogeen, led of spaarlampen? Wellicht dat even googlen op energiezuinige verlichting uitkomst biedt.



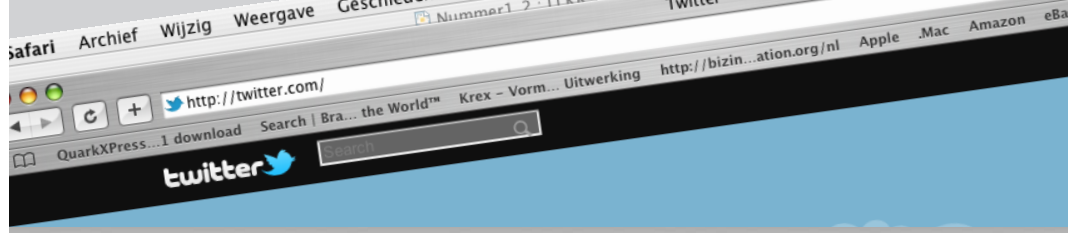
Dit leverde ondermeer de volgende informatie op:

- Spaarlampen zijn niet te dimmen zoals gloei- of halogeenlampen omdat het wattage over het algemeen te laag is. Ditzelfde geldt ook voor ledlampen.
- Voor bijvoorbeeld een plafonnière met 1 gloeilamp, die dient om een ruimte te verlichten, zijn ledlampen geen goed alternatief. Dit komt omdat ledlampen een kleinere stralingshoek hebben en hierdoor ontstaat er schaduwvorming in bepaalde hoeken.
- Veel ledlampen passen niet in de bestaande gloeilampenfitting.
- Het blijkt dat ook halogeenlampen op termijn ook niet meer geproduceerd mogen worden.

- Onze kennis over de hoeveelheid licht uitgedrukt in een bepaald wattage kunnen we niet toepassen bij energiezuinige lampen. Dat wordt nu op de verpakking weergegeven in lumen. 1 watt komt overeen met 683 lumen volgens de site van TU Delft. Dit is weliswaar gebaseerd op een internationale definitie doch helaas geldt volgens de definitie de gegeven omrekening slechts voor de golflengte 555 nm. Voor andere golflengtes moet rekening worden gehouden met de golflengte-afhankelijkheid van het oog. Zo is bij 610 nm de gevoeligheid van het standaardoog de helft van de gevoeligheid bij 555 nm. Bij 610 nm is de omrekeningsfactor dus ook de helft, dus 1 watt \Leftrightarrow 342 lumen.

Gelet op deze informatie is het aanschaffen van energiezuinige lampen geen sinecure en ging bij ons even het licht uit.

Bronnen: energie-zuinigeverlichting.nl, tudelft.nl



Markt (ontwikkelingen)

Bij de sociale media doet zich een zekere moeheid voor. Er is nog steeds een grote populariteit en zelfs groei, maar de hype is er een beetje vanaf. Steeds meer gebruikers laten weten minder tijd in deze media te stoppen en er is zelfs als sprake van verveling. Dat betekent, volgens het Amerikaanse bedrijf Gartner, dat de sociale media volwassen worden.

Voor de gebruiker betekent dit dat wij steeds slimmer met deze media om moeten gaan. Twitter bijvoorbeeld niet dat u bij de bushalte staat. Het geheim van de sociale media komt er op neer dat wij als gebruiker alleen moeten "geven". Dat wil zeggen: informatie en expertise delen. Het meeste nut kunnen sociale media hebben als ze worden gebruikt als prikbord of forum.

Hoewel voor echte discussies natuurlijk beter de echte fora gebruikt kunnen worden of wellicht diensten als MSN. Ons advies: integreer de sociale media in de totale marketingmix, zodat een optimaal rendement behaald kan worden.

Een greep uit ons werk



Littel Communicatie

Braamsluijer 41
3435 BB Nieuwegein
T (030) 604 12 35
F (030) 258 13 20
www.littel.nl - info@littel.nl



Krex Vormgeving

Peter Krauweel
Jan van der Heydenhage 11
3437 NK Nieuwegein
T (06) 246 20 992
www.krex.nl
krex@luna.nl



BasisCom

Jack Koehorst
Israëlslaan 37
3431 AS Nieuwegein
T (030) 630 01 95
Faxmail (084) 22 84 699
www.basiscom.nl
info@basiscom.nl

