

NSC

ECHTE MERKENBOUWERS



EEN MERKSTRATEGIE KAN ALLEEN SUCCESVOL ZIJN DOOR ONDER DE HUID VAN DE KLANT TE KRUIPEN, WETEN ZE BIJ NSC. "SAMEN MET DE KLANT JAGEN WE GROEI AAN."

NSC is een bureau dat zich richt op drie sectoren: Finance, Cultuur en Citymarketing en Automotive. Daarnaast zijn er afdelingen B2B en Consumer Brands. Het bouwen aan een sterk merk verloopt anders dan het bouwen van een huis, zegt Managing Partner Thomas Brouwers. "Waar de bouw bij het opleveren van een pand stopt, daar blijf je continu werken aan het huis van een merk." Een heldere merkstrategie is daarbij steeds het uitgangspunt. Vervolgens echter moet die strategie elk halfjaar tot eens per jaar opnieuw onder de loep genomen worden. "Je beoordeelt dan alle elementen van het merk en zorgt indien nodig voor een doorontwikkeling."

Naast het bouwen van het merk jaagt NSC groei aan. Dit doet NSC door middel van campagnes en marketingautomation. "We kijken altijd naar een omnichannel marketingstrategie. Zo bouwen we een merk." De teams hebben doorlopend contact met de klant om de always-on campagnes te optimaliseren. "Dit vullen we aan met een aantal grotere *flights* om het merk te versterken."

Door dit intensieve contact weet NSC een grote groep klanten jarenlang aan zich te binden. "Dit komt uiteindelijk vooral doordat we het bouwen van een merk niet als een doel op zich beschouwen, maar uitgaan van het gewenste resultaat in termen van omzetgroei of het behalen van een doelstelling", stipt de Managing Partner aan. "Het gaat erom dat de klant meer omzet genereert. We benaderen het hele proces dan ook vanuit dat gewenste resultaat van de klant. Samen jagen we de groei aan."

WWW.NSC.NL



RODI MEDIA

LOKALE MEDIA



IN DE AFGELOPEN VIJF JAAR HEEFT RODI MEDIA DE TRANSFORMATIE DOORGEMAAKT VAN EEN TRADITIONELE UITGEVERIJ VAN GEDRUKTE HUIS-AAN-HUISKRANTEN NAAR EEN CROSSMEDIALE ONDERNEMING. MET SUCCES, ZEGT DIRECTEUR MATTHIJS MALIPAARD.

Rodi Media – onderdeel van de Rodi Groep – is de succesvolle uitgeverij van dertig huis-aan-huiskranten in Noord- en Zuid-Holland. Onder leiding van een nieuwe directie is vanaf 2020 een digitale transformatie ingezet. "Met behoud van onze kernwaarden: het verbinden van mensen, lokale instellingen, maatschappelijke organisaties en gemeentes", zegt Matthijs.

Allerlei digitale middelen – sites, data, AI – worden ingezet om lezers met actuele berichten te bedienen. In de ruim 723.000 huis-aan-huiskranten wordt steeds meer plaatsgemaakt voor achtergrondverhalen, die ook op de lokale nieuwswebsite Rodi.nl worden geplaatst. Zo versterken digitaal en print elkaar.

Rodi Media monitort welke informatie de lezers online en offline willen lezen. "Vaak gaat het om lokale berichten. Over een basisschool die kleding inzamelt voor Oekraïne bijvoorbeeld. Nieuws dat voor mensen in de buurt enorme attentiewaarde heeft, waar adverteerders weer van profiteren: zij weten zich verzekerd van een effectief bereik in hun eigen verzorgingsgebied."

De digitaliseringslag heeft ertoe bijgedragen dat Rodi Media z'n rol als verbindende factor tussen mensen, bedrijven, overheden en andere organisaties volop kan vervullen. Waar dagbladen worstelen met teruglopende abonnee-aantallen en advertentie-inkomsten, laten de huis-aan-huiskranten van Rodi Media en Rodi.nl juist een groei zien. En het lokale nieuws bloeit volop, dankzij de contentregisseurs, journalisten en een uitgebreid netwerk van tipgevers. Onmisbaar voor de lokale sociale cohesie.

WWW.RODIMEDIA.NL