

De nieuwe wereld van de nieuwe media

De nieuwe media (internet, e-mail, sms et cetera) vervullen een steeds belangrijker rol bij het (snel) vinden van nieuwe klanten. Het klinkt eenvoudig, maar veel ondernemers weten er te weinig van of hebben de mogelijkheden nog niet opgenomen in hun bedrijfsactiviteiten.

Door Peter Buisman Gisteren was alles nog overzichtelijk voor een slager op de Veluwe. Vandaag biedt elke supermarkt prima en vers vlees aan. De slager besluit niet te wachten tot het einde nabij is. Hij wordt internet-ondernemer en specialiseert zich in het aanbieden van wild, dagelijks vers bezorgd door heel Nederland.

Het is slechts één van de voorbeelden die langs komen op de themabijeenkomst van de Stichting Nieuwe Bedrijvigheid Rotterdam. Plaats van handeling is Digital Port in Beurs-WTC op een warme dinsdagmiddag, 24 mei. Een flinke groep ondernemers is op de uitnodiging voor de bijeenkomst – met als titel De rol van nieuwe media in uw marketingstrategie – afgekomen.

In een flitsend tempo gaat Rolf van Oosterom, van het bedrijf met de vernieuwende naam In-1.nl, door de trends op het web heen. 'Nieuwe trends zijn nieuwe kansen.' Veel ondernemers hebben er iets van gehoord; velen gebruiken e-mail, internet, chatten, sms in hun privé-activiteiten. Of nog vaker: vooral hun kinderen gebruiken deze nieuwe media. In zijn bedrijf is dezelfde ondernemer vaak nog afwachting.

In een eenvoudig rekenvoorbeeld toont Van Oosterom aan dat banner-adverteren relatief duur en weinig effectief is, terwijl google-adverteren zeer gericht en goedkoop is. De meeste ondernemers

zijn nog niet eens aan banners begonnen. Het gaat snel.

Als vervolgens Willem de Jager van de Rabobank het fabeltje uit de wereld helpt dat geldverkeer via internet zeer onveilig is, zijn de ondernemers wel wakker. Reactie van één van de aanwezige ondernemers: 'Bij mij gaan de luiken nu ook open.'

Innovatieve bedrijven

Wim Viskil is voorzitter van de Stichting Nieuwe Bedrijvigheid Rotterdam. 'Wij ondersteunen sinds negen jaar innovatieve startende en gevestigde bedrijven in de regio Rotterdam om vanuit onze doelstelling de economische structuur in de regio te versterken. Inmiddels hebben meer dan 120 bedrijven gebruik gemaakt van de diensten van Nieuwe Bedrijvigheid. De doelgroep van de stichting zijn mensen die een vernieuwend idee commercieel willen maken in een bestaand bedrijf of een nieuw bedrijf, en zo vervolgens nieuwe bedrijvigheid en arbeidsplaatsen creëren.'

De themabijeenkomst over de rol van nieuwe media past in dat streven. Er zijn niet alleen mensen met ideeën, maar ook mensen met oplossingen. Zo meldt Dennis de Priester, een onlangs zelfstandig gestart 3-D-ontwerper: 'De bijeenkomsten zijn voor mij leerzaam, maar ook de contacten met derden zijn voor mij van belang. Veel bedrij-



FOTO: PETER BUISMAN

De aanwezige makers van ringtones en advertenties voor mobiel-tjes bewezen dat er op het gebied van nieuwe media nog een hele wereld te ontdekken is voor de meeste ondernemers.

ven kennen de voordelen en mogelijkheden van 3-D nog niet.'

Maar ook de aanwezige deelnemer van de ING-Bank, met zusje ING-Direct toch een mondiale speler op het terrein van internetbankieren, meldt: 'De ING Bank is een bank voor ondernemers, maar internet gebruiken in je marketingstrategie is voor ons net zo nieuw als voor onze klanten.'

Ringtones

De interactie in dit soort bijeenkomsten gaat natuurlijk ook digitaal. Met stemkastjes wordt de doelgroep aan elkaar geïntroduceerd:

65 procent van de aanwezigen is al ondernemer; vijftig procent is actief in de zakelijke dienstverlening; negentig procent maakt op één of andere manier al gebruik van nieuwe media.

Van Oosterom schetst nog een voorbeeld: 'Een bedrijf, in vijftig landen actief, maakt voor al zijn interne communicatie gebruik van chatten via MSN en heeft daardoor giga-bedragen bespaard op de telefoonkosten.'

Hiermee komt het beeld tot leven dat onze kids, die dagelijks op MSN zitten, weten hoe de wereld van morgen er uit ziet. De aanwezige ondernemers, gemiddeld toch ruim

boven de dertig, slikken hun eerste gedachte dat MSN maar kinderspeelgoed snel in.

Aan het einde van de themabijeenkomst is de wereld weer even terug bij vandaag. De evaluatie wordt niet elektronisch gedaan; de dame van de stemkastjes moest snel naar huis. Door eenvoudig de hand op te steken, komt er ook een uitkomst. 'Bent u een stuk wijzer geworden vandaag?' Honderd procent: ja. 'Begrijpt u de kansen van de nieuwe media?' Zeventig procent wel. Dat percentage bij het begin van de sessie veel hoger. Dus de conclusie is duidelijk: de ondernemers dachten al veel te weten, maar het was slechts het topje van de ijsberg. Er is veel meer.

Dat wordt nog eens onderstreept door vier deelnemers in reggae-kleding – en dus niet in het geijkte donkergrijze kostuum – die hun business uitleggen aan de andere deelnemers. Zij maken muziek voor ringtones en muziek en videobeelden voor advertenties op mobiel-tjes. Echt iets nieuws voor de andere deelnemers.

Er is op het gebied van nieuwe media nog een geheel nieuwe wereld te ontdekken voor ondernemend Rotterdam. Digital Port en de Stichting Nieuwe Bedrijvigheid staan te popelen om ondernemers daarbij te ondersteunen.

Bel voor informatie over Nieuwe Bedrijvigheid Rotterdam naar Erik Meiberg van K+V organisatie adviesbureau, dat het project begeleidt: (010) 413 21 77. Of kijk op de website: www.nieuwe-bedrijvigheid.nl.

Romeinse krijgsheer staat model voor Corbulo Specilised Staffing

Feddo Heintz richtte op 1 maart van dit jaar Corbulo Specialised Staffing op, een bureau dat specialisten op financieel, HRM- en commercieel gebied detachert. De tijd was er nu rijp voor, oordeelde hij. 'De economie trekt aan en dat is ook te merken aan de vraag naar financieel personeel.' Daarvan hoopt hij met een vliegende start te profiteren. Dat lukt aardig, want hij heeft inmiddels twee mensen in dienst.

Heintz heeft bij Robert Half gewerkt, een Amerikaans wervings- en selectiebureau voor financiële professionals. Hij zette er de Rotterdamse vestiging op, waaraan hij zeven jaar leiding gaf. 'Een mooie leerschool en een zeer professionele organisatie,' blikt hij terug. 'Maar als de kans komt om voor je zelf te beginnen...'

Als bedrijfsnaam koos Heintz voor de naam van de Romeinse krijgsheer die vlakbij Heintz' woning (nu nog tevens kantoor; hij zoekt naar kantoorruimte in Rotterdam) in Voorburg de Vliet (Fossa Corbulonis) liet graven. De verbinding tussen de Rijn en een tak van de Maas was voor de Romeinen van

strategisch belang, omdat troepen en voorraden zo snel verplaatst konden worden.

Heintz: 'Zo zorgde hij ook voor de ontwikkeling van de economie. Corbulo Specialised Staffing wil ook zo'n rol vervullen voor de bedrijven en organisaties waarvoor we mensen leveren. De gracht bracht welvaart en orde in de streek. Wij brengen graag orde aan in het wervings-traject van onze opdrachtgever. Corbulo zelf was iemand met een no-nonsense aanpak, was zeer loyaal, had visie, was betrouwbaar, integer, professioneel, eerlijk en direct. Dat zijn eigenschappen die wij als organisatie ook graag uitdragen.'

Corbulo Specialised Staffing is gespecialiseerd in het bemiddelen van getalenteerde specialisten op het gebied van *Finance & Accounting, Human Resources & Recruitment en Sales & Marketing*. De kandidaten worden tijdelijk ingezet voor specifieke projecten of geworven voor een dienstverband van onbepaalde tijd.

Heintz, die Personeel & Arbeid en A & O Psychologie heeft gestudeerd, gebruikt voor de selectie en begeleiding van kandidaten allerlei middelen die helpen om een goede match tot stand te brengen. Zo kunnen professionals zich als aanvulling in een korte digitale film presenteren. De opdrachtgever krijgt zodoende letterlijk en figuurlijk een beter beeld van de kandidaat.

Ook als een medewerker eenmaal aan het werk is bij de opdrachtgever, blijft Corbulo nog betrokken. Zo gebruikt Heintz de PAPI-test, waarmee de persoonlijke ontwikkeling van de medewerker is te volgen. De uitkomst van de test kan ook dienen als uitgangspunt bij een eventueel persoonlijk ontwikkelingsplan.



Feddo Heintz.

FOTO: MGR