

Geef uw ogen eens de kost op de snelweg. Daar rijden regelmatig van die busjes van allerlei bedrijven waarop staat opgesomd wat ze allemaal doen ('De Vries Service: Catering – Organisatie – Presentatie – Bruiloften – en nog veel meer'). Lees de tekst en vraag u 30 minuten later eens af wat u eigenlijk heeft onthouden. Meestal bar weinig. En zeg nou zelf...gaat u als u thuis bent gelijk op de website [www.devriesservice.nl](http://www.devriesservice.nl) kijken?

Veel bedrijven denken dat ze door vooral uitgebreid te vertellen wat ze doen opdrachten gaan verwerven. Nog zo'n voorbeeld? U kent ze vast wel: van die websites van 'bedrijven' met klinkende namen: Yenza, Aculator Advies, Creative Counselling enzovoort. Daar leest u prachtige verhalen over missie ('wij staan voor creativiteit en daadkracht'), werkwijze ('wij werken enkel mensgericht') en doelgroep ('wij richten ons op zowel de zakelijke als de non-profitsector'). Maar...bij de rubriek 'contact' aangekomen blijkt dat u gewoon Henk Jansen gaat bellen.

### Mensen vertrouwen een persoon...niet een gelikt marketingbureau.

Er is meestal niets mis met Henk. Alleen...Henk maakt het zo wel erg ingewikkeld. Juist kleine zelfstandigen, op dit moment de sterkst groeiende groep ondernemers, moeten het hebben van hun persoonlijke merkwaarde.

Mensen vertrouwen een persoon...niet een gelikt marketingbureau. Ze komen echt niet af op uw mooie logo, de flashy website en woorden over klant-, resultaat- en praktijkgerichtheid. Mensen komen af op u. Zorg er dus vooral voor dat u zich laat zien, dat mensen over u gaan vertellen en dat u in de aandacht staat en verberg uzelf niet in een mistbank van holle kretologie.

En nu terug naar die busjes op de snelweg. Ook daar geldt hetzelfde: Stap niet in de valkuil van 'wij moeten vertellen wat we doen'...maar richt u vooral op inhoud. Als u een cateringbedrijf heeft, zorg dan voor een leuk en pakkend artikel (of laat u interviewen) vol tips en adviezen voor mensen die zelf een feestje gaan organiseren. Zo toont u uw vakmanschap. Bent u belastingconsulent? Laat uw mening horen over die nieuwe wetswijziging waar volgens u nogal wat haken en ogen aanzitten. En als u zelf echt niets te melden heeft...verzamel dan leuke ideeën van anderen en deel ze met de wereld!

Een succesvoorbeeld? IJsfabrikant Ben & Jerry's lanceerde hun ijs door het 'grootste strandfeest van Nederland' te organiseren. Duur? Ingewikkeld? Welnee. Ze wachtten gewoon op een mooie zomerdag en hingen die dag spandoeken op met de tekst 'Welkom op het Ben & Jerry Strandfeest' op viaducten van de belangrijkste toegangswegen naar het strand. Zo wisten ze zich zonder enige pr te verzekeren van een miljoenenpubliek. Op het strand aangekomen, zagen de bezoekers mensen van Ben & Jerry's die bezig waren het strand te stofzuigen. Mensen die daarop af kwamen, kregen een gratis ijsje. Simpel, sympathiek en erg succesvol!

Wie echt iets te vertellen heeft, valt op. Niemand zal u heugen omdat u 18 verschillende producten heeft. Mensen heugen u wel om uw mening, uw advies, uw performance...en zorg er dus voor dat dat gezien wordt!

