
Portfolio

Powertext
Matthias Debruyn

Portfolio

Een freelance copywriter werkt vooral in Word-documenten. En omdat hij voortdurend in de weer is met weer eens een nieuwe klant, vindt hij nauwelijks de tijd om afgewerkte pdf's op te vragen. Resultaat: een portfolio die vooral uit zwarte tekst op wit papier bestaat en niet vanaf de eerste seconde spreekt zoals die van een fotograaf of een designer.

Daarom bundelde ik wat relevante stukken in dit boekje. Niet in de layout die ze uiteindelijk kregen, wél vergezeld van wat uitleg over de klant en de opdracht in kwestie. Zo krijgt u toch een idee van mijn kwaliteiten.

Leg dit bundeltje daarom op uw bureau en toon het aan uw collega's. Zodat zij ook goed weten op welk ogenblik zij me kunnen inschakelen. En voor welke projecten.

Ik ben altijd bereikbaar op 0476 63 76 20.

Verkooppraat

Ik geloof graag dat mijn werk voor zich spreekt. En dat mijn referenties de rest doen. Maar ik verwed er mijn geld niet op. En dus zet ik even op een rijtje waarom u zometeen met mij in zee moet gaan.

Empathie

Volgens mij de belangrijkste eigenschap van een copywriter. Van elke communicatiespecialist eigenlijk. In de huid van mijn klanten kruipen. En van hun klanten. Of ze nu producten tegen betonrot op de markt brengen, of luxe-diners organiseren aan boord van een yacht in de baai van Cannes. Ze hebben elk hun eigen doelpubliek en die hebben dan weer elk hun eigen gevoelige snaar. En die bespeel ik dan.

Betrokkenheid

Betrokkenheid en empathie zijn niet gelijk. Empathie heeft te maken met uw klanten. Betrokkenheid met u. Of beter: met mijn engagement om helemaal op te gaan in uw klantenrelatie. Om uw procedures te volgen tot op het bot. Om voor tweehonderd procent te gaan voor topkwaliteit en schitterende service. Van u, aan uw klanten. Dat is Powertext-betrokkenheid.

Snelheid

Verwar snelheid niet met slordigheid. Alain Prost ging razendsnel door de bochten op Francorchamps, alleen maar omdat hij precies de juiste lijn aanhield. Precies omdat hij nooit slordig was. Ik werk ook snel. Heel snel. Maar nooit slordig.

Flexibiliteit

Flexibel zijn is geen troef meer - het is een must. Dus ga ik er niet te zeer op in. U kunt me bellen, mailen, schrijven, skype en in levende lijve ontmoeten. Vroeg, laat en in het weekend.

Ervaring

Ervaring bij een 27-jarige? Ja hoor. Veel zelfs. Vier volle jaren als copywriter. En nog eens een volledig jaar als advocaat. En dan ook nog eens tien maanden als docent.

Matthias Debruyne

Natuurlijk vindt u een en ander terug op facebook en LinkedIn. En omdat ik online profielen altijd helemaal correct invul, stuurt Google u nog wel langs een reeks andere websites met mijn naam erop. Maar wat u écht moet weten, leest u hiernaast.



Ik studeerde af als jurist en werkte kort als **advocaat-stagiair** bij Mr. Koen Stappers. Een interessante periode die me vooral leerde dat ik veel liever creatief schreef dan juridisch redeneerde. Ik bleek er bovendien ook nog eens beter in te zijn.

Dus ik maakte de sprong en werd **freelance copywriter**. U weet wel, dat luizenleventje in teenslippers op een zolderkamer op het Antwerpse Zurenborg. Met zwarte koffie en veel Depeche Mode door de luidsprekers. Daar zit ik nu al een jaar of vier. Graag, bovendien.

Sinds september 2008 mag ik me ook **docent** noemen. Niet alleen van de eerstejaarsstudenten Marketing aan de Karel de Grote Hogeschool. Ook van professionals die graag een schrijfcursus volgen bij Kluwer Opleidingen.

Niet dat ik de hele tijd even hard werkte. Ik nam ook even de tijd om de andere kant van de wereld te ontdekken. Negen maanden in **een kleine camionette door Australië** rijden - ik raad het iedereen aan.

Contacteren is gemakkelijk

U vindt me altijd op **0476 63 76 20**.

Mailen doet u best naar **matthias@powertext.be**.

En om te surfen is er **www.powertext.be**.

Liever een persoonlijke afspraak of een ouderwetse brief?

Oostenstraat 15, 2018 Antwerpen.

De klant

Securex is een van de grote spelers op de markt van de Belgische Sociale Zekerheid. Zelfstandigen, bedrijfsleiders en HR-specialisten kloppen bij Securex aan voor advies en producten rond pensioen, ziekte en kinderbijslag.

De opdracht

De oude website van Securex dateerde nog van de begindagen van het internet. Ze had niet alleen vormelijk een opknapbeurt nodig, ook de teksten waren aan revisie toe. Omdat ze verouderd waren aan de ene kant, maar ook omdat ze niet opgebouwd en geschreven waren voor het web.

Ik hertekende daarom samen met het gedreven projectteam bij Securex de hele web- en navigatiestructuur. Die vertrekt nu niet langer van de producten en diensten - wel van het perspectief van de klant. En geeft de informatie vrij wanneer dat op zijn plaats is.

Het uittekenen van die complexe webstructuur vraagt heel wat inzicht in surfgedrag en gebruiksvriendelijkheid op het web. Bovendien balanceren veel teksten op het randje van het juridische. De uitdaging: correcte maar leesbare omschrijvingen maken voor moeilijke begrippen.

Uittreksel uit de website van Securex

Uw inkomen 25 uur per dag verzekerd

Uw grootste risico als zelfstandige? Dat u morgen niet meer kunt werken. Want dan valt meteen uw inkomstenbron weg. En het wettelijk voorziene vangnet zonder extra verzekering is schrikbarend klein: u krijgt niets de eerste maand, en maximaal duizend euro daarna. Daarom ontwierp Securex een verzekering gewaarborgd inkomen. Die neemt precies dat risico weg en beschermt ook uw gezin. Ook al valt uw inkomen geheel of gedeeltelijk weg.

Lage premies, hoge uitkeringen

Door elke maand een vast bedrag opzij te leggen, bent u tot aan uw pensioenleeftijd verzekerd van een comfortabel maandelijks vervangingsinkomen, wanneer u arbeidsongeschikt wordt door ongeval of ziekte.

- Uw premie blijft altijd gelijk: ook als u ouder wordt en uw risico verhoogt, betaalt u hetzelfde bedrag.
- Een medische vragenlijst invullen volstaat: geen onderzoek nodig voor een verzekerde jaarrente onder 20.000 euro indien u jonger bent dan 50 jaar.
- Uw fiscaal en sociaal voordeel start vandaag: alle premies zijn volledig aftrekbaar als beroepskost vanaf de eerste dag.
- Tijdens uw invaliditeit betaalt Securex uw gestorte premie terug : zo geniet u maximaal van uw maandelijks som wanneer u iets overkomt.

Uitgebreide en wereldwijde dekking

De gevolgen van een ongeval in uw vrije tijd zijn net zo ernstig als die van een ongeval tijdens uw werktijd. Dus bent u bij ons verzekerd voor elk ongeval, waar en wanneer het u ook overkomt (lees de algemene voorwaarden na op uitsluitingen).

U ontvangt een maandelijks vervangingsinkomen van zodra u 25 procent arbeidsongeschikt bent. Het bedrag hangt af van de graad van fysieke en economische invaliditeit. Van zodra u meer dan 66 procent arbeidsongeschikt bent, ontvangt u 100% vervangingsinkomen.

...

Rode Kruis-Vlaanderen

Via Schrijf.be

De klant

Rode Kruis-Vlaanderen is de grootste hulpverlener in ons land. Onmisbaar voor de bloedverdeling en ambulancediensten, maar ook steeds belangrijker als zorgverlener voor ouderen en minderbedeelden. Ook buiten de grenzen doet RKV fantastisch werk in de nasleep van natuurrampen en oorlogen.

De opdracht

Als algemeen directeur en gedelegeerd bestuurder van Rode Kruis-Vlaanderen moeten Guido Kestens en Philippe Vandekerckhove geregeld opdraven als spreker. De ene keer voor vrijwilligers, dan weer voor politici, geldschieters of bedrijfsleiders. Belangrijke speeches die rechtstreeks impact hebben op de werking van het Rode Kruis in ons land.

Na een grondige briefing schrijf ik de speeches van beide heren helemaal uit. Zorgvuldig opgebouwd, rekening houdend met de eigenheid van de sprekers en met veel aandacht voor de centrale boodschap en het gevoel waarmee de luisteraars achterblijven.

Uittreksel uit een speech voor Philippe Vandekerckhove, CEO Rode Kruis-Vlaanderen

Vijfenzeventig jaar is een lange tijd. Wanneer twee mensen zo lang samen blijven, heet dat een albasten bruiloft. *(korte pauze)* Dat heb ik moeten opzoeken, want zelf ken ik geen huwelijk dat zo lang stand kon houden. Een albasten bruiloft vieren wij vandaag dus. En opmerkelijk is dat albast ná goud komt. Ja, zelfs na diamant, briljant en platina. Dat zegt veel over zijn waarde. Albast is een spectaculaire steensoort. Zo fijn en broos, dat hij bijna doorschijnend wordt. Mooier dan marmer, en veel zeldzamer. Zuiver albast is zo uniek, dat het gekoesterd moet worden.

U, beste vrijwilliger, bent het albast van onze organisatie. U bent even zeldzaam als een zuiver albasten steen. Even kostbaar. U verdient dezelfde bewondering. U verdient het om gekoesterd te worden. Want dat is wat vandaag primeert, beste vrijwilligers. Koestering en bewondering. Voor al die jaren van vrijwillige inzet. Of u nu bijdraagt aan de Sociale Hulpverlening, of een rol speelt in de Dringende Sociale Interventie, Rode Kruis-Vlaanderen kan al 75 jaar op úw hulp rekenen. En vandaag in het bijzonder.

Want vrijwilliger zijn voor het Rode Kruis ís niet evident. Het lijkt zelfs steeds moeilijker te worden. De eisen worden hoger, de vrijwilligers meer gespecialiseerd. De tijd waarin het al goed was dát je iets vrijwillig voor een ander deed, ligt verder en verder achter ons. Ons credo wordt steeds nadrukkelijker: vrijwilliger zijn voor het Rode Kruis, is geen recht. Vrijwilliger zijn voor het Rode Kruis, is een voorrecht.

Net zoals we steeds weer zoeken naar enthousiaste bloeddonoren, is het Rode Kruis-Vlaanderen blij met iedere nieuwe vrijwilliger. Maar net zoals we het enthousiasme van de bloeddonoren soms moeten temperen als hun bloed niet geschikt is voor donatie, ... zo moeten ook wij attent zijn voor de meerwaarde die onze vrijwilligers bieden. En moeten we hen soms vragen om andere activiteiten te doen, dan die waarvoor ze zich hebben aangemeld. Of moeten we hen een extra opleiding geven.

...

MAS [Museum aan de Stroom]

Via Forest&Bold

De klant

De Stad Antwerpen bouwt met het MAS een ambitieus nieuw museum. Zowel architecturaal als conceptueel is het MAS vernieuwend en gedurfd. En dus staat het op zijn plaats in de Antwerpse haven.

De opdracht

Het MAS kan er alleen komen als het publiek investeert. De gevel komt straks vol te hangen met zilverkleurige handjes als fonkelende getuigen van bijdragen door particulieren en bedrijven.

Om die handjescampagne op gang te trekken, stuurde de stad een mailing uit naar de meest prominente Antwerpse bedrijven. In de hoop wat bekende namen over de schreef te halen.

De uitdaging? Bedrijfsleiders overtuigen om minstens duizend euro op te hoesten voor een aluminium hand. Daarvoor alludeerden we op de unieke kans om deel uit te maken van een select gezelschap ondernemers dat het MAS bij de oprichting steunde. Met Thomas Leysen als grote voorbeeld. Daarnaast plaatsten we het MAS in een rij historische en significante Antwerpse gebouwen. Zodat elke ondernemer echt voelde dat hij deel ging uitmaken van de geschiedenis.

Uittreksel uit de brochure voor het MAS

Schrijf zelf geschiedenis

Het gebeurt niet elke dag dat een stad een nieuw monument bouwt. Het gebeurt zelfs bijna nooit dat een stad zijn burgers en bedrijven de kans geeft mee te helpen bij de bouw van zo'n landmark. Bij het MAS krijgt u die kans wel. Een kans om in de geschiedenisboeken van de stad terecht te komen en cultuur echt te ondersteunen.

Het nieuwe museum past zo in het rijtje van Antwerpse monumenten, naast het Centraal Station, het Justitiepaleis en de Onze-Lieve-Vrouwekathedraal. Maar het MAS, dat is meer dan ooit ook van u.

Word mee vereeuwigd in de cultuurgeschiedenis van de stad. Bouw mee aan een van de meest indrukwekkende gebouwen van Antwerpen.

Word lid van een select gezelschap

De gevel van het MAS biedt maar plaats aan drieduizend handen en de rij van geïnteresseerde topondernemers groeit dagelijks.

Zo sponsort Umicore het MAS al vanaf dag één. Ook KBC Bank & Verzekering en het Gemeentelijk Havenbedrijf Antwerpen bouwen graag mee aan het Museum aan de Stroom. In hun spoor volgt nu al een hele reeks grote en kleine ondernemers.

In die exclusieve rij is ook voor u een plaats. Want ondernemers met een hart voor de stad Antwerpen, verdienen een plaats in de eregalerij. Elk bedrijf dat het MAS sponsort voor minimaal 1000 euro krijgt daarom zijn eigen aluminium Hand tegen de gevel van het museum. Bovendien pronkt uw naam voor altijd op de Walk of Fame in het museum zelf.

Lees meer over de sponsorpakketten verderop in deze brochure.

...

Vivium

De klant

Vivium is de verzekeringsmaatschappij die ontstond na de fusie tussen P&V en ING Insurance. Het is een grote maatschappij die vertrouwt op makelaars voor de verkoop en dus vooral met sterke producten en voordelen voor hen op de proppen moet komen. En duidelijk moet communiceren.

De opdracht

De fusie van de twee verzekeringsgiganten zorgde voor heel wat kinderziektes. Procedures moesten afgestemd worden, teams samengevoegd, producten geharmoniseerd, ... Dat gaat niet van de ene op de andere dag. Maar in de tussentijd moet de verkoop wél op peil blijven. En dus is duidelijke communicatie naar de makelaars een absolute must.

Ik ontwikkelde daarom met de marketingdienst van Vivium het gloednieuwe Vivium Bruist. Een reeks gekleurde fiches met informatie voor makelaars over nieuwe producten en diensten. Gemakkelijk leesbaar, snel te doorzoeken en vlot te klasseren. En vooral: met heel veel nuttige en bruikbare informatie.

Uittreksel uit de eerste 'Bruist' van Vivium

Oude contracten blijven bestaan

Alle bestaande contracten blijven onder dezelfde voorwaarden verder bestaan. Ook alle aanpassingen en verhogingen of verlagingen volgen de oorspronkelijke bepalingen. Zo draagt u geen enkel negatief gevolg. En uw klanten ook niet.

Eén overzichtelijke set topproducten in het gamma Leven

Vivium balde de verschillende parallel lopende productlijnen samen tot één stevig en volledig geheel. Daarin houden we alleen onze beste producten over. En uiteraard blijft ook uw commissie op een hoog niveau.

In het overzicht hieronder verzamelen we de belangrijkste veranderingen en voordelen in onze verschillende producten Leven.

Pensioenproducten

- Klassieke levensverzekeringen verdwijnen.
- Interestvoeten: een brede waaier van 0, 2, 2,5 en 3,25%.
- Winstdeelname: op te renten of in tak 23 te storten.
- Instapkosten maatschappij: geen.

Arbeidsongeschiktheid

- Vivium blijft marktleider en bepaalt de koers.
- Gesegmenteerde tarieven en aantrekkelijke premies voor goede risico's
- Verzekering van loon via een Gewaarborgd Inkomen
- Dekking van de vaste kosten via het Non-Stop Plan
- Opvangen verlies inkomsten via de innoverende Omzetverzekering

...

Methis Consulting

De klant

Methis is een jonge maar ambitieuze speler op de consultancymarkt. Geleid door een duo late twintigers sturen ze grote bedrijven door moeilijke reorganisaties en technologische overgangen.

De opdracht

Elk bedrijf heeft een website nodig. Die van Methis hoeft niet veel informatie te bevatten. Die komt wel naar de oppervlakte in een offerte of tijdens een verkoopsgesprek. Maar de website moet wél heel wat vertellen. En aan klanten het goede gevoel bevestigen dat ze overhielden aan een persoonlijk contact.

Ik schreef teksten die heel dicht aanleunen bij de professionele werkwijze van Methis, maar tegelijk speels en jong aandoen. Precies zoals de consultants daar zijn en werken.

Ik schreef de teksten meteen in het Engels.

Uittreksel uit de website van Methis Consulting

Methis Consulting is a no-nonsense consulting company, specialised in CRM process optimisation, organisation restructuring and change management. We aim to deliver real, tangible results to our clients – whatever their size or ambition.

We work and live to be a best in class service provider. This means we give vision and execution power to our customers, with excellent value for money. We strongly believe in a partnership based on mutual trust.

To realise this mission statement, we hold on to six company principles.

They emanate in all our everyday activities:

- Only engage in projects when we can deliver tangible added value.
- Always work with experienced and highly competent staff with a solid project experience.
- Continuously invest in coaching and training to help our staff exceed client expectations.
- Closely follow industry trends and proactively share all relevant knowledge with our clients.
- Strictly follow a strong Project Methodology, provided either by the client or by Methis itself.
- Always guarantee value for money.

Methis Consulting uses the unique Methis Methodology & Industry Best practice model. It is designed to help us help your company and contains two important chapters:

- our methodology: a specialised set of tools and techniques that allow us to make continuous progress in all phases of your project.
- our industry best practice model: it articulates our point of view on industry standards and gives us the necessary tools to jumpstart our analysis and consulting and reach different goals during your project.

For clients using their own internal methodology (or specific tools and techniques such as Six Sigma or PRINCE2), Methis Consulting will rigorously follow the client's requirements. In these cases, the Methis Methodology & Industry Best practice model © can be optionally used to complete the internal methodology.

...

Satori

De klant

Satori is een van Antwerpens *coming agencies*. Een nest vol getalenteerde vrouwen met een voetbalgoochelende man aan het roer. Frisse ideeën, leuke concepten en vlekkeloze uitvoering zijn hun troeven. En lekkere koffie tijdens meetings met uitzicht over het nieuwe park Spoor Noord.

De opdracht

In de tuin van de tuinman staat het gras altijd het hoogst. En dus toverde Satori jarenlang originele websites en communicatieconcepten uit de hoge hoed zonder een eigen stek op het net te hebben. Daar moest na de verhuis in 2008 écht verandering in komen.

Omdat het bedrijf staat of valt met zijn kernwaarden, moesten die het hart van de website vormen. Dat zijn ook voor een keer geen inhoudsloze termen maar een échte way of life.

Dus schreef ik leuke, korte tekstjes over de medewerkers, de stijl, de werkwijze en de invalshoeken van Satori. Tekstjes die op een vrolijke en speelse website terecht kwamen - precies zoals het de creatievelingen daar past.

Uittreksel uit de website van Satori

Balans

Waarom er een flamingo in onze vijver staat? Logisch. Zag u al ooit een zebra op één poot in het water staan terwijl hij een vis opat? Of een gorilla? Flamingo's houden altijd moeiteloos het evenwicht, ook al lijkt dat niet zo eenvoudig. En balanceren tussen keihard werken en keihard leven, daar zijn we gewoon keigoed in.

Flexibel

Hoelahoepen met een of twee hoepels kan iedereen. Maar tegelijk zingen, met een bal jongleren, de telefoon beantwoorden én een mailtje sturen? Dat is alleen voor de meest flexibele onder ons weggelegd. Wees gerust: als het om worstelen-met-deadlines en in-bochten-wringen-om-ze-te-halen gaat, lukt het ons elke keer.

Vernieuwing

Hoezo, kabouters bestaan niet? En wie ruimt onze bureau's dan op terwijl wij liggen te slapen? En wie doet de eindeloze afwas van lege koffietassen tegen de volgende ochtend? Wij weten het heel goed: kabouters bestaan wél. Ze leven in paddenstoelen, dragen een muts en hebben een lange baard die ze nooit scheren. Hoezo, u zag ze nog nooit? Dan moet u écht eens beter kijken. Of aan ons vragen om ze te tonen. Want we zijn meesters in het aanleren van een vernieuwende kijk op de dingen.

Detail

Ja, we knippen onze grassprietjes graag in een middenstreep. Met precies evenveel pieren aan elke kant van de scheiding. En exact evenveel centimeter gras. Waarom? Omdat we weten dat precisie kritiek is in ons werk. Dat het op de details aankomt. Omdat u terecht perfectie eist.

De klant

Accenture is een *Big Four* consultancybureau. Wereldwijd werken er meer dan 187.000 analisten, consultants en managers en precies dat collectieve menselijk kapitaal is de grote kracht van het bedrijf.

De opdracht

Een bedrijf met een sterke focus op talent en HR heeft permanente rekruteringscampagnes nodig. Daarin moet duidelijk worden wat fris afgestudeerden en ervaren consultants kunnen vinden bij Accenture. Nu en wat later.

Daarom bouwden we de campagne op aan de hand van interviews. Echte testimonials die we op papier, op het web en via video verspreidden. Zodat jongelingen een écht en duidelijk beeld krijgen van de werksfeer, de kansen en de collega's bij hun toekomstige werkgever.

Ik nam ruim vijftig interviews af van medewerkers op alle niveaus: pas gestarte analisten, ervaren managers en senior consultants met heel wat visie. Hun ervaringen en boodschap kanaliseerde ik dan in korte testimonials waarin telkens een ander aspect naar boven kwam. Interviews afnemen gebeurde in Nederlands, Engels en Frans. Uitschrijven rechtstreeks in het Engels.

Uittreksel uit een testimonial voor Accenture

Gaetan Mondet

The more projects I do here, the more the quality of the people strikes me. If Accenture has one big asset, it's their people – my colleagues. As a manager, I have a good view on the development of young analysts and consultants. And every time they get thrown into a team, start on a difficult project, take on tasks out of their comfort zone, I wonder whether they'll come out on top or not. But they always do. Off course they get great support from team leaders, managers, coaches and colleagues, but it's still their own achievement. It's still their own energy that makes all the difference.

All the people in this company have a high level of entrepreneurship. They like to go for it. To organise themselves and their team around a difficult task, make their case, propose a solution, take the initiative and make it happen. They always seem to bite off more than they can chew – but they always manage to chew it anyway.

That makes working at Accenture a real pleasure. Because you are so committed to delivering good results, and you do it in a team of equally motivated people, the reward is huge as well. Not only on the paycheque, but also in the after-work relationships. Creating and achieving a goal together, creates a real connection.

Between 2005 and 2007 I worked in Italy on several projects for a Joint Venture of a big Utilities company with a smaller local player. We were asked to create and invent some operational processes and systems for the Joint Venture after the liberalisation of the energy market. It was a big moment for the sales department of the company and we had the chance to really give that department a head start in the race against the competitors. So we analysed the current situation, decided to insource call centre activities, ... we had a real impact on the everyday tasks of people in the company.

...

Kluwer Opleidingen

Via Schrijf.be

De klant

Kluwer Opleidingen is Vlaanderens grootste opleidingsinstituut. Het verzorgt opleidingen en trainings voor professionals en voor teams binnen bedrijven. Wat de vorm ook is, het resultaat is steeds gelijk: nuttige en meteen bruikbare kennis voor de deelnemers. Ik ben er sinds september freelance docent.

De opdracht

Kluwer Opleidingen had nood aan een opfrissing van de corporate communicatie. Die was voorbijgestoken door de steile groeicurve en de extra activiteiten die het bedrijf had aangenomen.

De grote uitdaging bij het uitschrijven van een corporate brochure en het opstellen van een verkoopspresentatie, is steeds de innige verstrengeling van de tekst met de identiteit van het bedrijf. Elke paragraaf beschrijft niet alleen de onderneming, ze heeft ook de macht om daarna te dienen als mantra. Gevaarlijk, want verkeerd geformuleerde basisprincipes bepalen dan jarenlang de koers van het bedrijf.

Intense en intensieve vergaderingen gaven me een heel nauwkeurig beeld van de onderneming. Dat verwoordde ik in een corporate brochure, op de website en in een powerpointpresentatie voor de salesploeg.

Uittreksel uit de corporate brochure van Kluwer Opleidingen

Ga voor goud.

Vertrouw op ons team.

Uw sprint naar een gouden medaille begint bij ons ruime en gevarieerde open opleidingsaanbod. Het beste pakket op de markt. Maar daarbij houdt het niet op. Zijn de open opleidingen uitgesprint? Dan geven ze het stokje door aan onze incompanytrainingen en e-learningoplossingen. En zij weer aan de opleidingsconsultants en de administratieve krachten die uw bedrijf ondersteunen.

Kluwer Opleidingen brengt vijf topsprinters aan de start van uw race. En we garanderen goud.

1 Open Opleidingen en congressen

Met 1500 opleidingen in 18 vakgebieden hebben we zonder twijfel het breedste aanbod op de markt. Maar we gaan ook het diepst met opleidingen op niveau van al uw medewerkers. Van administratie tot directie, op elk moment van hun carrière, voor functionele en persoonlijke vaardigheden. Zo neemt u alvast een flinke voorsprong.

2 Opleidingen op maat

Meerdere medewerkers tegelijk bijscholen, een leertraject uittekenen naar een specifiek en bedrijfsgebonden doel, persoonlijke coaching en teambegeleiding, ... Kluwer ontwikkelt trainingen, seminaries en opleidingen die bij uw doelstellingen passen. En komt die graag in uw bedrijf geven.

3 Nieuwe leermiddelen en technologieën

E-learning, communities, online-interactie met experts, streaming video, weblogs, ... uw medewerkers leren ook volgens deze moderne opleidingsvormen. Onze docenten scholen zich voortdurend bij en ontwerpen nieuwe leermiddelen om de knowhow van uw medewerkers op peil te houden en verder te ontplooien.

...

Event Masters

Via Schrijf.be

De klant

Event Masters maakte wetenschap van de organisatie van een evenement. Aan de hand van een unieke formule berekenen ze welke teambuilding of incentive ideaal is voor uw onderneming. En dat evenement voeren ze dan tot in de puntjes uit.

De opdracht

Door de jaren heen verzamelde Event Masters een bijna onuitputtelijke catalogus van evenementen en incentives. Snel te bestellen, met duidelijke voordelen, getest en goed bevonden, ... ideaal voor heel veel bedrijven.

Ik verzamelde de informatie over al die evenementen uit offertes, oude teksten en stukjes website. Daarvan maakte ik dan overzichtelijke en leuke fiches per incentive. Zij quoteerden die fiches met hun unieke formule en -hop- een gemakkelijk doorzoekbare fichebak was geboren. Klanten vinden er nu in één-twee-drie het evenement dat ze zoeken.

Uittreksel uit een fiche voor Event Masters

RIBQuest Revisited

Schuim de Franse kust af in razendsnelle bootjes en zoek gestolen bedrijfsgegevens

De nieuwe marketingplannen waarop uw team wekenlang zwoegde? Het archief dat na maanden geduld en ellende eindelijk helemaal werd gedigitaliseerd? Die belangrijke e-mails van de nieuwe klanten uit Japan? Allemaal weg. Verdwenen, foetsie, gestolen.

De daders? Die kozen meteen het ruime sop. Gelukkig lieten ze daarbij af en toe een steek vallen. Zodat de baai van Le Touquet nu bezaaid ligt met waardevolle tips en hints om de dieven weer op het spoor te komen. Alleen ... zijn onze Rigid Inflatable Boats (RIB) niet zo eenvoudig te besturen. En zijn gps-coördinaten net iets moeilijker leesbaar op het water dan op het land. Slagen uw teams erin de waardevolle informatie terug te vinden?

Training

Een zoektocht voor de Franse kust is geen sinecure. Daarom krijgen uw medewerkers vooraf training in drie belangrijke disciplines: gps-coördinaten correct lezen, de kaarten van de kustlijn juist interpreteren en de snelheidsreglementen van de kustwacht naleven.

Onthouden uw medewerkers onvoldoende van de opleiding? Dan zijn de gegevens onverbiddelijk verdwenen.

...

Referenties

Ere wie ere toekomt. Als freelance copywriter krijg ik het gros van mijn opdrachten en klanten binnen via reclamebureaus en communicatie-agentschappen. Ik lijst de belangrijkste namen hiernaast even op, met een korte selectie van hun klanten waarop ik werkte.

Schrijf.be

Een echt copywritingbureau. Wim verzamelde een team van freelancers en vaste collega's rond zich om bedrijven verder te helpen met teksten die doen doen. Ik ben al vier jaar een van die freelancers en schrijf zo voor heel veel KMO's en een interessante reeks grote ondernemingen.

Via Schrijf.be werkte ik o.a. voor Securex, Rode Kruis-Vlaanderen, Mobistar, Event Masters, Agoria en de Vlaamse Overheid.

Forest&Bold

Dat ik mijn jeugdijaren doorbracht in een bungalow die gebouwd werd door Koens vader, merkte ik pas nadat we al een tijdje goed samenwerkten. Het versterkte de band alleen maar. Forest&Bold is een uiterst creatief en gedreven bureau waar ik me mag uitleven op interessante projecten.

Via Forest&Bold schreef ik ondermeer voor Earth Hour en het WWF, het MAS, Stanley, Umicore, Eozen, Logitech en Daddy Cool.

Satori

Zelden een bureau en een zaakvoerder gezien die zo vol zit van joie de vivre als Kristof. Zelden ook iemand tegengekomen die met zoveel overgave stort op meerwaarde voor zijn klanten. En dat leidt zonder omwegen naar creatieve projecten waarin ik graag een rol kom spelen.

Via Satori maakte ik teksten voor merken zoals Mars, Menthos, Sony, Cirque de Soleil en Körperwelten.

Beluga

Overbuur van Forest&Bold en een erg grote naam als het op wervingscommunicatie aankomt. Heeft een bedrijf talent nodig? Dan vindt het team van Peter altijd de weg naar die witte raven. Met originele en in het oog springende campagnes waar gelukkig vaak heel wat copywriting bij komt kijken.

Beluga hielp me aan schrijfp opdrachten voor Accenture, Daikin, het Gemeentelijk Havenbedrijf, Truvo, het Onafhankelijk Ziekenfonds, the Bank of New York, ...

Amphion

Zonder twijfel the coolest kids on the block. Met veel rock 'n' roll, veel straffe koffie maar vooral nog veel meer veel straffere concepten. Jason en Paul omringen zich vooral met designers en dat is maar goed ook: zo blijft er veel copywerk over voor freelancers.

Amphion bezorgde me copywerk voor Coke Light, Nespresso, Unique Interim, J&B, Aiki, ...

McCann People

Nog zo'n bekende naam als het op wervingscommunicatie aankomt. Koenraad wist me nog te vinden nadat we eerder in een ander context hadden samengewerkt - het klikt goed. De copywriters in vast dienstverband kunnen de druk doorgaans aan. Maar als het even te wild wordt, ...

McCann People heeft vestigingen in Hoeilaart en Antwerpen. Voor hen werkte ik onder andere voor Secretary Plus.

Wildstream

Retail communicatie op zijn best, bij de jongens en meisjes van Wildstream. Winkels, merken, ketens, ... als ze op consumenten jagen zitten ze goed op het Zuid. Niets zo stimulerend als een goede brainstorm met Frederic en zijn team.

Wildstream zette me ondermeer in voor ECI, Koopjeskrant en Abanderado.

En dan zijn er uiteraard ook nog Escape Advertising, Emakina, GoMad, DuvalDialog, Brandhome, mood+mind, Verbal Vision, Djeeni, Demonstr8, VM Consulting, Sigmund, ...