

Happy Company

Case "Het nieuws morgen"

Klant

Happy Company is een full service evenementenbureau dat zich voornamelijk richt op de werknemers van bedrijven die verantwoordelijk zijn voor de organisatie van bedrijfsuitjes. Door de economische recessie bezuinigen bedrijven hier al snel op. Bedrijven realiseren zich niet dat bedrijfsuitjes juist in deze tijd het middel zijn om werknemers te motiveren. Deze bezuinigingen hebben vanzelfsprekend consequenties voor de evenementenbranche. Veel evenementenbureaus hebben moeite om het hoofd boven water te houden. Er gaan geruchten dat Happy Company het ook moeilijk heeft. Happy Company wil met een éénmalige marketingactie die geruchten de kop indrukken.

De doelstelling

Er zijn 2 doelstellingen geformuleerd:

- Het gerucht dat Happy Company het moeilijk heeft uit de wereld helpen bij hun relaties door te laten zien dat ze nog steeds met veel plezier de leukste bedrijfsuitjes organiseert. Creëer 'rumour around the brand'.
- Deze bedrijven stimuleren om bedrijfsuitjes binnen de communicatiemix een blijvende, prominente rol te laten spelen.

De oplossing

Onder het motto: "Het is pas crisis als je het krediet bij je personeel verspeelt", wil Happy Company de toegevoegde waarde van bedrijfsuitjes benadrukken.

Ruim 9.000 relaties van Happy Company ontvingen een prikkelende e-mail van hun contactpersoon bij Happy Company met daarin de boodschap "Je komt in het nieuws morgen". Via een link in de e-mail ga je naar de actiepagina "Het nieuws morgen". Dit is een online krantenpagina. De krant opent met het nieuws dat werknemers van het bedrijf van de ontvanger in opstand zijn komen. In het artikel leest de klant dat de directie van zijn bedrijf besloten heeft dit jaar de bedrijfsuitjes te schrappen.

De gehele nieuwspagina is gepersonaliseerd op basis van de naam en het bedrijf van de ontvanger. Al het nieuws morgen gaat over de ontvanger van de e-mail.

Onderin het hoofdartikel kan de ontvanger via de link "Dit is natuurlijk niet echt, maar laat dit ook niet echt gebeuren", het actieplan downloaden. Dit actieplan is als een flight emergencyplan vormgegeven en beeldt stapsgewijs uit wat je moet doen om dit nieuws te voorkomen: handtekeningen verzamelen en Happy Company bellen.

De nieuwspagina kan worden geprint en doorgestuurd naar vrienden zodat het bereik van de campagne wordt vergroot.

De campagne komt terug op de homepage van Happy Company (www.happycompany.nl) met een banner. Deze banner leidt naar het actieplan.

Met deze campagne benadrukt Happy Company de toegevoegde waarde van bedrijfsuitjes en laat zij zien dat ze nog steeds 'alive and kicking' is.

Resultaat

Bij 76% van de 9.145 relaties is de e-mail aangekomen. 64% heeft de e-mail geopend en 88% van de openers heeft doorgeklikt naar de website.

Dit betekent dat minimaal 3.882 mensen "Het nieuws morgen" hebben gezien. Dit aantal is exclusief het aantal mensen dat de e-mail doorgestuurd heeft gekregen. Minimaal 42,4% van de relaties van Happy Company heeft de actiepagina gezien.

Door de hoge click through rate is goed onder de aandacht gebracht dat Happy Company het niet moeilijk heeft en dat zij nog steeds volop bedrijfsuitjes organiseert. Ook is het belang van het hebben van bedrijfsuitjes benadrukt. Als reactie op de e-mail campagne heeft Happy Company circa 400 e-mails en 100 telefoontjes ontvangen die over het algemeen zeer positief waren.

Neem voor meer informatie over bovenstaande case contact op met:

Willeke Bakker

willeke.bakker@veritate.nl

+31 6 12 794 529

Verzonden e-mail

Click here to download pictures. To help protect your privacy, Outlook prevented automatic download of some pictures in this message.

From: Krijn Smits [krijn.smits@hetnieuwsorgen.nl] Sent: ma 22-6-2009 17:54
To: isabelle@thevalley.nl
Cc:
Subject: Je staat in de krant morgen (Test HTML)

Hallo Marc,

Je komt in [het nieuws morgen](#).

Groeten,

Krijn Smits

Landingspagina

FILES WEER AEX

HET NIEUWS MORGEN

vr 26 juni 2009

PRINT
STUUR
DOOR

Werknemers EMMA komen in opstand



Vanwege de aanhoudende recessie heeft de directie van EMMA besloten alle bedrijfsuitjes voor dit jaar te schrappen. "Dit pikken we niet", zegt Borgers, werknemer van EMMA, "daar hadden we ons juist zo op verheugd". Een aantal mensen dreigt al met een staking. "We willen de leukste werkdag van het jaar weer terug", aldus Borgers.

De directie van EMMA zegt niets te kunnen doen aan de genomen beslissing. "Alles staat nu in het teken van het overleven van de kredietcrisis". Volgens Borgers is het echter pas echt crisis als de directie het krediet bij het personeel verspeert.

[DOWNLOAD ACTIEPLAN](#)

Dit is natuurlijk niet echt. Maar laat dit ook echt niet gebeuren>>.

MEER TOP NIEUWS

Borgers in opstand tegen beslissing directie

Werknemer EMMA treurt om uitjesloos 2009

Hebben medewerkers van EMMA nog plezier op het werk?

16% JA
84% NEE

LAAT HET NIET GEBEUREN!
VERANDER HET NIEUWS VAN MORGEN...

[DOWNLOAD ACTIEPLAN](#)

MOKKEL & SUKKEL

BALEN VAN DE CRISIS

NU ZULLEN WE WEL NOOIT MEER ...

EEN GRATIS FEESTJE HEBBEN



HEADLINES

- Werknemers EMMA snakken naar bedrijfsuitjes
- Borgers vindt baan steeds minder leuk
- Flinke bezuinigingen hebben effect op arbeidsvreude
- Personeel EMMA dreigt met staking
- Afdelingsuitjes afgeschaft vanwege recessie
- Enquête: Hoeveel arbeidsvitamine heb je nodig?
- EMMA geschokt over aantal ongelukkige werknemers
- Voorbereidingen personeelsfeest gestakeld door tekortaan
- Borgers vindt plezier matiging geen optie

MORGEN IN DE BIOSCOOP

MOVIE CLASSIC

HET NIEUWS MORGEN

MAN OFFIRED

Happy Company

ALL LEADING LABELS, ONE HAPPY COMPANY

Amsterdam Events Company Sports Events Company
Layakay Events Maastricht Events Company
Netherlands Events Company City Events Europe
Rotterdam Events Company SmallEvents.nl
City Events Belgium Holland Events Company
Special Events Company Utrecht Events Company

