



“Trouwe klanten en medewerkers”

EASI, een softwareontwikkelaar en leverancier van IT-diensten, beschouwt pr-communicatie als een efficiënte manier om de bestaande klanten en de interne medewerkers aan zich te binden.

“Nogal wat bedrijven beschouwen pr- en andere communicatie louter als een kostenpost”, zegt managing director Christian Castelain. “Voor EASI is pr-communicatie echter een belangrijke component van onze marketing en communicatie. We besteden er dan ook heel wat aandacht aan.”

Bij EASI zijn de marcom-inspanningen verrassend genoeg niet in eerste instantie gericht op het verwerven van nieuwe klanten of het bereiken van nieuwe markten. “Onze pr-communicatie is veeleer bestemd voor bestaande

klanten”, zegt Castelain. “Als onze klanten onze naam zien verschijnen in de pers, krijgen ze namelijk de bevestiging dat we een succesvolle en betrouwbare onderneming zijn. Dat vergemakkelijkt de klantenrelaties en de job van onze verkopers.”



Niet alleen de klanten krijgen graag een positieve indruk van de firma; hetzelfde geldt voor de medewerkers van EASI zelf. Castelain: “Onze medewerkers kennen de onderneming natuurlijk al zeer goed, maar wanneer we in de pers verschijnen, kunnen ze werkelijk trots zijn op wat ze hier verwezenlijken. EASI is middelgroot met een honderdtal werknemers, wat de betrokkenheid nog vergroot. Die betrokkenheid en de motivatie van onze medewerkers is zeer belangrijk. We investeren ten slotte in hun opleiding en begeleiding, wat alleen zin heeft als

ze lang genoeg aan boord blijven. Bovendien presteren tevreden werknemers beter en werken ze vlotter samen met hun collega's."

Pr-communicatie is geen bandwerk

EASI heeft zelf drie mensen in huis die verantwoordelijk zijn voor marketing en communicatie. "We kunnen dus heel wat zelf doen

"Bij Quadrant werken we samen met mensen die communicatie als hun kernactiviteit hebben, en dat werpt zijn vruchten af."

- van operationele marketing tot lay-out en evenementbeheer", zegt marketing manager Herman Clicq. Toch besliste EASI om de pr-communicatie uit te besteden aan Quadrant Communications. "Bij Quadrant werken we samen met mensen die communicatie als hun kernactiviteit hebben en dat werpt zijn vruchten af", zegt Clicq. "Quadrant slaagt er veel gemakkelijker in om journalisten te bereiken. Ze weten alles wat nodig is om interviews of persconferenties grondig voor te bereiden, zodat wijzelf en de journalisten voor een interview goed geïnformeerd zijn. Ook de opvolging van de publicaties gebeurt door Quadrant, via een onderaannemer. Elk artikel dat verschijnt, ontvangen we in pdf-formaat. Zelf kunnen we onmogelijk al die publicaties zo intensief en efficiënt volgen."

Om een maximale persaandacht te krijgen, moet je de juiste journalisten contacteren op het juiste moment en op de juiste manier. "Veel communicatiebureaus volgen een veeleer 'mechanische' aanpak", vindt Castelain. "Ze sturen persberichten uit naar hun volledige database en ze organiseren persconferenties waarvoor ze alle journalisten uitnodigen. Dat blijkt niet altijd het beste resultaat op te leveren. Quadrant werkt gericht, zodat wij als klant ook meer kans maken op een groter artikel. Zo trek je als onderneming veel meer de aandacht en kan je je boodschap beter overbrengen. Eén keer heeft zo'n artikel in L'Echo rechtstreeks geleid tot een nieuw klantencontract. Dat is niet onze hoofddoelstelling, maar het is natuurlijk wel mooi meegenomen."

EASI beschikt naast de eigen medewerkers over een apart budget voor marketing en communicatie. Ook kleinschalige reclamecampagnes horen daarbij. De aandacht en het budget voor marcom stijgen jaar na jaar. Tien jaar na de oprichting gaat het de organisatie voor de wind, waardoor het budget voor het jaar 2009 zelfs verhoogd is. "Zo kunnen we de nodige aandacht besteden aan ons tienjarig bestaan en de verhuizing naar onze nieuwe, innoverende kantoren in Nijvel. Het zijn zaken waarmee we onze klanten en medewerkers vast een plezier doen", besluit Castelain.

Waarom communiceert EASI?

- de relaties met klanten en eigen medewerkers goed te onderhouden
- bevestiging geven dat EASI een succesvolle en betrouwbare onderneming is
- de klantenrelaties en de job van de verkopers te vergemakkelijken

