

# MEDIABUREAU VAN HET JAAR

*In 2004 won Stroom 30 accounts, waaronder Versatel, Nedan Zoetwaren, Free Record Shop en ArboNed. Eén account ging verloren. Indrukwekkende cijfers van een jong en relatief klein mediabureau. De bijdragen van Stroom aan de ontwikkeling van het vak zijn substantieel en indrukwekkend.*

**S**troom heeft afgelopen jaar een aantal in het oog springende innovatieve initiatieven genomen die kunnen worden gekenmerkt als gedurfd, creatief en belangrijk voor het vak. Titus Eikelboom: 'Met de lancering van Maakplaats.nl. willen we inspelen op de toenemende behoefte bij adverteerders en bureaus om meer controle & efficiency te realiseren in het reclame-traject. Deze service biedt adverteerders

en reclamebureaus door gebruik van internettechnologie de mogelijkheid om zelf vanachter hun eigen pc advertenties op te maken én te plaatsen in de media. Met name franchiseorganisaties en werving & selectiebureaus tonen veel interesse voor deze internetdienst. De reclamebureaus zijn veel afwachtender omdat zij deze dienst veelal als directe concurrentie ervaren.' Stroom wil verder kijken dan massamedia. Eikelboom:

## De Juryvoorzitter

Paul Turken: 'Je hebt als jury altijd de keuze om met de grote jongens mee te gaan. Maar er zijn twee manieren om naar de inzendingen te kijken. Je kunt zoeken naar de leider van de leiders, maar ook naar de beste challenger. Wij troffen bij Stroom de meeste durf en de meeste innovatie. Een hele goede, intelligente challenger. Stroom is niet the number one in volume, but they try harder. Daar zijn ze erg goed in geworden.'

# S T R

### TITUS EIKELBOOM:

'Wij geloven in innovatieve applicaties als Maakplaats.nl en zijn niet te beroerd om daar al onze energie in te stoppen.'

# STROOM, EEN HELE GOEDE, INTELLIGENTE CHALLENGER

'Daarom hebben wij een traject ingezet om te kijken hoe je samen met de DM-discipline een nieuwe tak van sport kunt introduceren. Contactplanning is een integrale werkwijze tussen mediaplanning & direct marketing. Deze nieuwe benadering van media & middelen advisering is gebaseerd op het koppelen van klantenpotentieel aan de inzet van media & dm. Inmiddels is deze werkwijze met succes toegepast op onder andere het

automeerk Saab.' In de zomer opende Stroom het Media Café Rotterdam. Eikelboom: 'Het MCR is een initiatief van Stroom en dient als ontmoetingsplek voor communicatieprofessionals in de regio Rotterdam die er kennis kunnen opdoen over media & communicatie. Wij halen op deze manier Amsterdam en Hilversum naar Rotterdam. Dat is goed voor de mediawereld in Rotterdam en natuurlijk ook voor onze eigen organisatie.' ■



## GENOMINEERD



### MINDSHARE

MindShare won in 2004 7 accounts, waaronder Unilever, Nestlé en Kraft Foods. Ton Schoonderbeek, managing partner van MindShare: 'Wij hebben in 2004 drie fast movers vrijwel tegelijkertijd gewonnen. We hebben daarmee aangetoond dat het mogelijk is om elkaar beconcurrerende bureaus binnen één bureau te behandelen. Daarmee zetten we toch een nieuwe benchmark voor onze industrie. Daar zijn wij erg trots op.'



### BRANDCONNECTION

BrandConnection won in 2004 36 accounts, waaronder Storck, Jumbo Supermarkten, Eiffel, Batavus, Avro en Tommy Hilfiger Europe. Olaf Michielse, managing director van BrandConnection: 'Onze grootste bijdrage aan het vak in 2004 is de presentatie van onze nieuwe visie op mediaplanning: Effective Reach. Het gaat wat ons betreft niet om hoeveel contacten je maakt met de consument, maar om een relevante boodschap aan een relevante persoon op een relevant moment in een relevant medium. Daar komt gewoon meer effect uit.'