


WOODY

jaargang 1 - nummer 1 - voorjaar 2015



**Acquisitie: koud, lauw en warm
Klanten spreken over hun creatieve ideeën!
Achtergrond: Papier versus digitaal
Catalogus met producten**

WOODY



U heeft de allereerste halfjaarlijkse 'glossy' van ons familiebedrijf WoodyDesign in handen. We hebben het de naam **Woody** meegegeven, omdat we in de wandelgangen door veel klanten zo genoemd worden.

Het is een uitgave op papier in een tijd waarin steeds meer papieren uitgaven vervangen worden door digitale versies. De gedachte 'digitaal bespaart bomen en het milieu' is niet helemaal waar. De productie van papier draagt zelfs bij aan de reductie van CO₂ uitstoot, terwijl de digitalisatie voor toename van de CO₂ uitstoot zorgt. Hoe dit zit, leest u in deze **Woody** in het atikel 'papier versus digitaal'.

Waarom zetten wij als WoodyDesign deze stap?

Het idee is ontstaan door een vraag die regelmatig gesteld wordt door onze klanten: "Oh...doen jullie dat ook?" We merken dat we meer kunnen betekenen voor onze klanten. Dit doen we bijvoorbeeld door in **Woody** onze klanten te laten vertellen over hun creativiteit en ideeën. In de praktijk werkt dit inspirerend voor andere klanten. Zo ontstaan er nieuwe originele ideeën en producten. Dat maakt ons vak zo leuk, creatief en afwisselend!

We schrijven in **Woody** onder andere over handige tips en geven achtergrondinformatie over producten. De laatste pagina's vormen een catalogus waarin we aandacht geven aan verschillende producten die wij ook aanbieden, naast het ontwerpen, drukwerk en webdesign.

We hopen dat **Woody** voor u een ondernemende inspiratie zal zijn!

Siegfried Woudstra (zoon)
Siety Woudstra-Andringa (moeder)

IN DEZE WOODY

4 **WOODYS KLANT**
Schadecentrum
Midden Nederland

14 **ACQUISITIE:**
KOUDE, LAUW
EN WARM

6 **NETWERK**
Jongbergen
Accountancy

17 **DE HUISDRUKKER**
Color Glo Nederland

7 **UIT DE SCHOOL
GEKLAPT**
Christelijke Basisschool
Rehoboth in Ochten

18 **DE VITRINEKAST**
een product uitgelicht

8 **ACHTERGROND**
papier versus digitaal

20 **DE WEGWIJZER**
het productieproces

12 **MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN**
CULTUUR: De Christelijk Oratorium Vereniging Veenendaal

CATALOGUS:

22 papier

25 displays

23 enveloppen

26 mappen en tabbladen

24 groot formaat

27 verpakkingsmateriaal

Colofon: *Woody* verschijnt twee keer per jaar voor klanten, leveranciers, familie en bekenden van WoodyDesign. *Ontwerp:* Siegfried Woudstra. *Tekstredactie:* Siety Woudstra. *Druk:* op 115 grams gloss FSC papier op onze Konica Minolta bizhub pro C1060L. *Oplage:* 300 exemplaren.

**SCHADECENTRUM
MIDDEN NEDERLAND**



*scan de code om naar
de website te gaan*





WOODY'S KLANT

Aan het woord is Pierre Methorst, eigenaar van Schadecentrum Midden Nederland. Een open en enthousiast man. Een echte vakman met kennis van zaken die zijn vak vol passie uitvoert. Met zijn bedrijf herstelt Pierre en zijn team schades aan personenauto's, bedrijfswagens en vrachtwagens. En dat is mooi werk.



Pierre: "Het oplopen van schade aan je wagen is vaak een vervelende gebeurtenis. Soms valt het mee en betreft het parkeerschade, maar als het schade is vanwege een ongeluk, dan kan dat een behoorlijke impact hebben op iemands leven of bedrijfsvoering. Dit beseffen we goed."

Schadecentrum Midden Nederland denkt volop mee met de klant. Als het gaat om een schadetaxatie voor de verzekering en het herstel hiervan of om flexibele openingstijden. Pierre: "Zolang we de klant maar zo goed mogelijk kunnen bedienen. Als het voor de klant beter uitkomt, werken we op een avond of op zaterdag. Dat is een extra service die we aanbieden."



Het leuke aan Pierre is dat hij creatief nadenkt over PR en stappen hierin durft te zetten. Pierre: "Klantbinding en een goede langdurende relatie met je leveranciers zijn voor ons bedrijf erg belangrijk. Daarom hebben we WoodyDesign gevraagd om give-a-way's te maken zoals een bedrukte mok op een schotel en blauwe parkeerschijven met ons logo erop. Ook ontwierpen en drukken zij onze flyers. Daarnaast maakten zij voor ons een frisse website. Deze is heel toegankelijk en overzichtelijk. Dat is wat onze klanten nodig hebben."

Schadecentrum Midden Nederland
Industrielaan 6
3903 AB Veenendaal

0318 734 510

www.schadecentrummiddennederland.nl
info@schadecentrummiddennederland.nl



NETWERK

Jongbergen Accountancy



Ondernemer zijn is een mooi beroep. Het geeft de mogelijkheid om uw ideeën, diensten of producten bekend te maken en 'in de markt te zetten'. Naast uw kennis en vakmanschap, komt er veel kijken bij het ondernemerschap. Om ontspannen en efficiënt actief te zijn in uw onderneming, is het van belang uw financiële zaken op orde te hebben. Bijvoorbeeld uw administratie, BTW, belastingen, aangiftes, fiscale voordelen, verzekeringen en uw pensioen.

Met bovenstaande woorden begint de folder van Jongbergen, het accountancy-kantoor in Leiden dat geleid wordt door Cees Ravensbergen. Hij is vanaf het begin de financieel adviseur van WoodyDesign. Wij hebben voor Jongbergen het logo en de volledige huisstijl ontworpen en gedrukt.

Cees: "Wij als Jongbergen bieden een compleet pakket van diensten en producten aan, zoals rapportages, belastingen en toeslagen. We richten ons vooral op ondernemers met een eenmanszaak of vof. Hierbij adviseren we vanuit de context van de klant, bijvoorbeeld over pensioenopbouw. Dit wilden we in een duidelijke en toegankelijke folder zetten. Dat is met WoodyDesign goed gelukt!"

Samen met Cees hebben we een leuke kalender voor 2015 ontwikkeld die elke klant van Jongbergen aan het eind van 2014 heeft ontvangen. We hebben deze ontworpen, gedrukt en de gehele verzending per post voor Jongbergen verzorgd.



Jongbergen Accountancy
Cees Ravensbergen
06 1940 84 26
cees@jongbergen.nl
www.jongbergen.nl



scan de code om naar
de website te gaan



UIT DE SCHOOL GEKLAPT

Christelijke Basisschool Rehoboth in Ochten

WoodyDesign heeft diverse onderwijsinstellingen in Nederland als klant, van basisschool tot universiteit. Steeds vaker hebben basisscholen te maken met een teruglopend aantal aanmeldingen van nieuwe kinderen. Hierdoor nemen de financiële middelen ook af. Hoe zorg je dat je dan met de juiste ideeën en investeringen je school nog beter op de kaart zet? Het antwoord komt van Alexander Wieringa. Hij is de bevoegde directeur van christelijke basisschool Rehoboth in Ochten, een mooi dorp in de Betuwe.

Alexander: "Ik ben me gaan realiseren dat een basisschool in deze tijd meer is dan alleen kinderen zo goed mogelijk onderwijs geven. Het gaat ook om een goede en veilige sfeer in de school en hoe het schoolgebouw er zelf bijstaat. Onze school staat in een woonwijk en er komen dagelijks veel mensen voorbij rijden en lopen. Ik heb me afgevraagd of ons schoolgebouw aan de buitenkant laat zien dat de kinderen van Ochten hier van harte welkom zijn. Daarom hebben we geïnvesteerd in een hele leuke raambekleding met een uitnodigend verhaal over Ochten en typische herkenbare items van de Betuwe. Ook wilden we de leerlingen iets meegeven en dat is een rugtasje geworden met ons logo en website-adres erop. Via WoodyDesign hebben we beiden kunnen realiseren."

De directeur vervolgt: "In een aansprekende A3 folder, over ons 50-jarig jubileum, hebben we op een doeltreffende manier laten zien wie we zijn als school en waar we voor staan. Deze folder hebben we in een groot deel van Ochten verspreid en hebben hierin ouders uitgenodigd voor onze inloop ochtenden. WoodyDesign heeft deze ontworpen en het drukwerk verzorgd."

Alexander ontwikkelde met zijn team doeltreffende uitgaven voor nieuwe ouders, zoals een hele leuke kleutergids en een schoolkalender met daarin geïntegreerd een creatief ogende schoolgids. Naast dit drukwerk hebben we voor de Rehobothschool ook de website ontworpen. Het is voor ons als WoodyDesign erg leuk om met zo'n creatieve directeur samen te werken.

Tot slot vertelt Alexander nog: "Met WoodyDesign heb ik één aanspreekpunt waarbij ik vrijwel al mijn ideeën kan laten uitvoeren. En als zij het zelf niet kunnen produceren, dan is er via hun netwerk altijd wel een oplossing te vinden."





ACHTERGROND

papier versus digitaal

De wereld is volop in verandering. Het is bijna dagelijks nieuws. Het klimaat verandert, de grondstoffen raken op en rond het jaar 2050 verwacht het United Nations Population Fund een wereldbevolking van 9 miljard mensen. Dat zijn 2 miljard meer dan het huidige aantal wereldbewoners. Kernwoorden zijn duurzaamheid, recyclebaar, klimaat-neutraal en toekomstige generaties. Steeds meer moet er klimaat-neutraal geproduceerd worden met voorkeur voor energie die opgewekt wordt door windmolens en zonnepanelen.

Recycling van papier en karton

Nederland staat bovenaan de lijst van landen waar papier en karton gescheiden wordt opgehaald en gerecycled. Papier en karton zijn duurzame producten en ze zijn steeds weer recyclebaar. Het is al tientalle jaren een goede gewoonte. Veel later kwam hier het gescheiden inzamelen van glas, GFT, huishoudelijk apparaat en plastic bij. 85% van het gebruikte papier en karton wordt ingezameld en hergebruikt. Oudpapier vormt de basis voor nieuw papier en karton. 82% van het in Nederland gemaakte nieuw papier en karton bestaat uit gerecycled oud papier en karton. Recycling van papier en karton biedt voordelen:

- Vermindering van de afvalberg
- Duurzame inzet van materialen
- Minder gebruik nieuwe grondstoffen
- Reductie energie- en waterverbruik
- Verlaging van de CO₂ uitstoot
- Vergroting betrokkenheid samenleving bij verduurzaming

Het aantal kilo's papier dat we jaarlijks in Nederland recylen bespaart maar liefst 7 miljoen bomen per jaar (!). Op de volgende pagina staat het hele proces weergegeven hoe het recylen van papier en karton in zijn werk gaat.

CO₂ uitstoot

Sinds het Verdrag van Kyoto in 1997 krijgt CO₂ uitstoot veel aandacht. CO₂ draagt volgens een groep wetenschappers bij aan de klimaatverandering. Temperatuurstijgingen zouden hiervan het gevolg zijn en kunnen grote veranderingen met zich meebrengen voor mens en milieu.



balen met gerecycled papier

Verduurzaming van elk productieproces betekent zuiniger en bewuster omgaan met grondstoffen en minder CO₂ uitstoot. Papier en karton hebben hout en oud papier als grondstoffen. Het is bekend dat bomen CO₂ opnemen en zuurstof produceren. Jonge bomen nemen meer CO₂ op dan oude. De productiebossen van de papierindustrie bestaan uit jonge bomen en dragen juist een groot deel bij aan de vermindering van de CO₂ uitstoot.

Het is nog maar enkele jaren geleden dat het 'hot' was om te bezuinigen op papier. Dit bespaarde bomen en het milieu. Dit is echter niet waar. Je hebt 300 kg papier nodig om te kunnen zeggen dat je één boom hebt bespaard. En voor het Europese papier worden er geen tropische bossen in Zuid-Amerika en Indonesië gekapt, maar worden er productiebossen gebruikt in bijvoorbeeld Zweden, Noorwegen en Duitsland. Zoals gezegd dragen juist deze bossen bij aan een vermindering van de CO₂ uitstoot en aan de productie van zuurstof. En voor het maken van nieuw papier, wordt er slechts gemiddeld 20% nieuw hout(pulp) toegevoegd uit verantwoorde bosbouw.

OUW PAPIER!
GROEN NIEUW
OUW PAPIER!



Waarom papier scheiden?

Scheidt een hele berg afval.



Bespaart heel veel energie.

1.000 kg oudpapier bespaart 3,3 bomen.



Een klein beetje krak om te doen, is uw bijdrage aan het milieubehoud van kostbare materialen die heel goed opnieuw zijn te gebruiken.



Minder afval = minder afvalverwerkingskosten = goed voor de portemonnee van gemeente en inwoners.



Nieuw papier is gemaakt van oudpapier.

Bos = CO₂-reductie



In Nederland gemaakt nieuw papier en karton bestaat voor ruim 80% uit oudpapier. Oudpapier is dus de belangrijkste grondstofbron.

80% van oudpapier

COURANT
De grondstof voor papier & karton is hout of oudpapier.

Bomen zijn de longen van de aarde. Zij halen CO₂ uit de lucht.



Papier wordt gemaakt met houtvezel. Daarin zit de CO₂ opgeslagen.

Hout is een duurzame en hernieuwbare grondstof. Duurzame papier is gemaakt met hout uit zorgvuldig beheerd bos.

Voor geforsteerde bossen worden zoveel nieuwe bomen aangezet. Met een FSC of PEFC logo bent u er zeker van dat dit echt zo is.



1 ton nieuw papier = CO₂ opslag. Dat geldt ook voor gerecycled papier.

Papier scheiden = recycling & hergebruik



Iedereen gebruikt papier en karton. Dat begint al aan de verfstapel met de kaart, het haagstaggelooze en het pak simonspierog.

Zelfs 75 kg doen we nu gebruik mee. 20 kg een toekken eet, die niet bij het oudpapier belanden.



Papier & karton, wie gebruikt het niet?



Krant uit? Does lang? Doe klein! Dan zit het oudpapier.

Houd papier gescheiden van het restafval. Dit blijft het achen en droeg, om voorwaarde voor hergebruik.

Papier scheiden, speciale gemeentelijke afscheidingscontainers, blauwe woonwinkels, container school/club/vereniging/kerk.

Nederland is met 84% papierrecycling een koploper in de wereld.



Gemiddeld wordt 80 kg papier per persoon per jaar gerecycled. Het is 15 kg herbruikbaar papier belandt in het restafval.

Wat gebeurt er na het scheiden?

De gemeente verzamelt gescheiden papier en het laat dit doen.

Gescheiden oudpapier gaat naar de oudpapieronderneming.

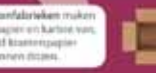


De oudpapieronderneming levert het papier aan de secundaire grondstof aan de papier- en kartonfabrieken.



Door wordt het gereinigd, gesorterd en in balen gepresd.

Papier- en kartonfabrieken maken er weer nieuw papier en karton van, bijvoorbeeld koekenpapier of kartonnen dozen.



Wat WEL en NIET bij het oudpapier?

WEL krant, kafeelbier, bollen vloer, doeken, prullen, smeltoppen, catalogi.

NIET met vet, vuil, oudpapier, oude afvalbussen, vlammenkarton, papier, katten met plastic laagje.



Daarom papier scheiden!





Papier versus digitaal

Het gebruik van papier is ondanks digitale ontwikkelingen niet afgenomen. Het wereldwijde gebruik groeit zelfs jaarlijks. Papier is een belangrijke drager en verspreider van informatie, kennis en cultuur. Dit neemt niet weg dat digitale middelen steeds meer worden ingezet. De meest gebruikte redenen om digitalisatie toe te passen zijn: snelheid, flexibiliteit en kostenreductie. Milieu wordt vaak pas als vierde of vijfde genoemd.

Digitaal en papier kunnen prima naast elkaar bestaan en elkaar versterken. Hier liggen in onze tijd bijzondere kansen. Beide middelen hebben productspecifieke eigenschappen. Beiden hebben ook impact op het milieu. Dat het vervangen van papier door digitale middelen goed is voor het milieu klopt niet altijd. Iedere vorm van productie kost energie en grondstoffen. De digitalisering heeft veel meer impact op het milieu, dan mensen willen geloven. Denk aan het aanleggen van kabels voor het digitale netwerk, het stroomverbruik, de enorme belasting op het milieu voor het produceren en transporteren van computers, smartphones, tablets, enz. En de snelheid waarmee deze apparaten alweer verouderd zijn! Ze gebruiken veel stroom die met name door vervuilende fossiele grondstoffen wordt opgewekt. En dan is er de geringe recycling van al deze digitale apparaten. Ook de toename van digitale winkels (webshops) doet een grote aanslag op het milieu. Goedbedoelde en op het milieu gerichte maatregelen hebben soms een averechts effect, omdat zij te eenzijdig de aandacht afleiden van de kern van duurzaamheid: de bewuste en zuinige omgang met grondstoffen. ■

Bron: o.a. www.papierenkarton.nl en WoodyDesign

“ **Met een leestijd van 30 minuten per dag is de milieu impact van een digitale krant vergelijkbaar met die van een gedrukte, papieren krant.** ”

“ **5,5 minuten internet gebruik geeft net zoveel CO₂ uitstoot als de productie en de bezorging van een full colour papieren flyer op A4 formaat.** ”

“ **Het ICT-ecosysteem is inmiddels goed voor 10% van het totale mondiale energiegebruik. De cloud begint met kolen.** ”

In de volgende uitgave van Woody besteden we aandacht aan de milieu-keurmerken van papier. Wat is FSC, Ecolabel en PEFC?

MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN

Christelijke Oratorium Vereniging Veenendaal



Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) betekent bijdragen aan een gezonde balans tussen de 3 P's: People, Planet en Profit. Ofwel evenwichtige aandacht voor mens, natuur en de continuïteit van het bedrijf.

Voor elke onderneming zien de MVO-activiteiten er anders uit. Bedrijfsgrootte, sector, en de manier van bedrijfsvoering spelen hierbij een rol. Vanuit WoodyDesign geven we aandacht aan welzijnswerk, armoedebestrijding, cultuur, vrijwilligerswerk, groene energie en verantwoord papiergebruik.

In deze **Woody** staat cultuur centraal: De Christelijk Oratorium Vereniging Veenendaal.

MVO kent zeven kernthema's:

- goed bestuur
- mensenrechten
- werkomstandigheden
- milieu
- eerlijk zaken doen
- consumenten aangelegenheden
- maatschappelijke betrokkenheid en ontwikkeling



COV

In een bijna uitverkochte theaterzaal komt de overweldigende ervaring van het orkest samen met de Christelijk Oratorium Vereniging tot me. Ik voel de rillingen, als het orkest voluit speelt en het grote koor hun indrukwekkende stem laat horen. De COV hoort helemaal bij de cultuur van Veenendaal.

Aan het woord is de PR-coördinator van de COV: Okke de Vries. "Als PR man ben ik onder andere verantwoordelijk voor het ontwerpen en laten drukken en verspreiden van posters en flyers, alsmede voor het samenstellen en laten drukken van de programmaboekjes. Dankzij de Photoshopcursus die ik bij Woody heb gevolgd, weet ik hoe ik ervoor kan zorgen dat het gedrukte materiaal eruit komt te zien zoals we dat graag willen."

WoodyDesign heeft voor de COV een template ontworpen (zie de achtergrond van deze pagina). Okke heeft hierdoor de vrijheid om zelf het ontwerp verder in te vullen en wij krijgen altijd een drukklaar bestand aangeleverd. De COV bespaart zo ook op de ontwerpkosten.

Okke: "Tijdens de Photoshopcursus heb ik de basis geleerd van het ontwerpen en hoe ik drukwerk met de juiste specificaties moet aanleveren. We kregen niet alleen de theorie, maar we moesten zelf een boekje maken dat dezelfde dag nog werd gedrukt. Zo stond ik zelf achter de snijmachine om mijn boekje schoon te snijden. Ik vond het heel leerzaam en ook leuk! Nu kan ik goed met de template omgaan."

WoodyDesign ondersteunt de COV door middel van kortingen op posters, flyers, entreekaarten en de programmaboekjes.

Tot slot zegt Okke over het komende concert waarbij de COV de Matthäus Passion van Johann Sebastian Bach opvoert: "Zo, we gaan Veenendaal weer paars kleuren met onze posters en flyers!"

ACQUISITIE: KOUD, LAUW EN WARM



Als bedrijf, organisatie of stichting biedt u diensten en/of producten aan. Hiervoor heeft u uiteraard klanten nodig die deze willen gaan gebruiken. Het werven van nieuwe klantrelaties waardoor nieuwe opdrachten verkregen worden, noemen we acquisitie. In deze Woody gaan we in op verschillende soorten acquisitie.

Acquisitie gaat uit van een actie aan de kant van de verkoper. Deze benadert de potentiële klant. We onderscheiden drie vormen van acquisitie: koude, lauwe en warme acquisitie. We zullen enkele voorbeelden van elke vorm hier bespreken.

Koude acquisitie

Hierbij is de potentiële klant volledig onbekend voor de verkoper. U heeft de nieuwe klant nog nooit gezien of gesproken. Er is nog geen relatie tussen verkoper en klant. Daarom wordt dit koud genoemd. Het initiatief van koude acquisitie ligt helemaal bij de verkoper. Meestal moet je veel tijd en energie steken in koude acquisitie, voordat het iets oplevert. Bovendien moet het ook echt iets opleveren voor uw potentiële klant. Vormen van koude acquisitie zijn:

Telefonische acquisitie

Je belt ongevraagd een potentiële klant, geeft een toelichting op uw product en vraagt of hij interesse heeft. Deze vorm wordt vaak door de klant als agressief ervaren. Bovendien mag je om deze reden niet zomaar iemand bellen vanwege het bel-me-

niet-register. Bedrijven en particulieren zitten meestal niet te wachten op zo'n benadering door een verkoper. Wil telefonische acquisitie iets opleveren, dan moet je eerst hierin goed getraind zijn.

Acquisitie mailing:

flyer of brochure via de post versturen

Je stuurt per post ongevraagd informatie aan de potentiële klant. Deze vorm van acquisitie lijkt kouder dan de telefonische. Bij de telefonische acquisitie heb je immers direct contact met uw potentiële klant. Toch wordt de acquisitie mailing door mogelijke klanten als prettiger ervaren, omdat zij zelf de keuze hebben om uw mailing wel of niet te lezen en vooral op hun eigen tijd. Een goed en aansprekend ontwerp is hierbij van wezenlijk belang. Deze vorm van acquisitie is duurder dan de telefonische, maar wordt wel prettiger ervaren door de potentiële klant en is daarom effectiever. U kunt ook een digitale mailing via de e-mail verspreiden. Dit wordt vaak als storende spam ervaren (als deze al door de spamfilter komt) en wordt direct weggeklikt.

Advertentie plaatsen

Vóór de opkomst van het digitale tijdperk, was het gebruikelijk om advertenties te plaatsen in een regionale of landelijke krant, (vak)blad of tijdschrift. Ook dit is een vorm van koude acquisitie. De kosten voor het plaatsen van een advertentie stijgen en leveren naast naamsbekendheid, beperkt iets op. De prijzen stijgen, omdat het aantal

advertenties afneemt en de uitgever toch hieraan moet verdienen. Een redactioneel artikel in bijvoorbeeld een regionale krant of (vak)tijdschrift, waarin u vertelt over uw producten en hoe u te werk gaat, blijft bij potentiële klanten wel langer hangen. Voorwaarde is dat het een goed geschreven artikel is, geïllustreerd met aansprekende foto's en afbeeldingen.

Lauwe acquisitie

We spreken van lauwe acquisitie als er indirect contact is met potentiële klanten en ook als het initiatief van de klant zelf komt om contact op te nemen met de verkoper. Want ook dan is er nog geen sprake van een klantrelatie en is het nog niet zeker dat u uw product of dienst gaat verkopen aan deze nieuwe klant. Hieronder enkele praktijkvoorbeelden:

Door middel van leads

Leads zijn initiatieven van potentiële klanten, waarop u als ondernemer of verkoper reageert. Bijvoorbeeld een informatieaanvraag via het invulformulier op uw website, een rechtstreekse e-mail van de potentiële klant naar u (bijvoorbeeld een offerte-aanvraag), of een telefonische vraag om een brochure op te sturen of om een afspraak te maken. Het initiatief ligt hierbij de mogelijk nieuwe klant en vraagt om adequate reactie van de verkoper.

Een braderie, beurs of evenement

In elke regio, stad of dorp worden er regelmatig evenementen georganiseerd. Denk hierbij aan een braderie (waarbij iemand laat zien hoe hij zijn vak uitoefent), dorpsfeest, lokale ondernemersmarkten, oldtimerdag, themabeurzen, ondernemersontbijten, festivals, kerstmarkten, enz. Ook al ken je de meeste mensen die uw kraam of stand voorbij lopen niet, toch hebben zij al de eerste stap gezet om dit evenement te bezoeken. Naast dat het voor uw naamsbekendheid goed is, kunt u op een vrijblijvende en ontspannende manier in contact komen met potentiële klanten. Een evenement biedt aan de ondernemer of organisatie de mogelijkheid om laagdrempelig informatie te geven aan nieuwe klanten. Ook voor scholen en stichtingen is dit een goede mogelijkheid. Zorg wel dat je een aansprekende stand of kraam hebt met voldoende informatie om weg te geven. Kleine give-a-ways die ook nog nuttig zijn voor de bezoekers (boodschappenblokje met pen, usb-stick, sleutelhanger, winkelwagenmuntje, flyer met kortingsbon, enz.) kunnen bijdragen aan een positieve naamsbekendheid.

Mailing via bestaande klanten

Als uw bestaande klanten tevreden zijn over uw dienst of product, dan kunt u hen vragen of ze mee willen doen met een eenmalige speciale actie om via hen nieuwe klanten te bereiken. Zo komt u indirect in contact met potentiële klanten via uw bestaande klanten. Als tegenprestatie kunt u uw bestaande klanten bijvoorbeeld een kortingsbon geven van 15% korting op hun volgende aankoop bij u of u geeft hen als dank een nuttig presentje. Deze vorm van lauwe acquisitie is goed uit te voeren, zolang u uw bestaande klanten de vrijwillige keuze laat om wel of niet mee te doen.

Mond-tot-mondreclame

Tot slot noemen we bij de lauwe acquisitie de welbekende mond-tot-mondreclame. Dit is de beste reclame die er is, alleen je hebt er



nauwelijks invloed op. Het zijn immers de eigen acties van je bestaande klanten die jou aanbevelen bij derden. Als uit zo'n contact een potentiële klant voortkomt, dan blijkt in de praktijk dat deze lauwe acquisitie al snel omgezet wordt in warme acquisitie. Positieve mond-tot-mondreclame ontstaat alleen als u heel tevreden bestaande klanten hebt, doordat u een goede prijs-kwaliteitsverhouding en service biedt. Met andere woorden: als uw warme acquisitie op orde is.

Warme acquisitie

Deze vorm van acquisitie is het aanbieden van uw diensten of producten aan bestaande klanten. De verkoper en koper kennen elkaar en weten wat ze aan elkaar hebben. Er is al een vertrouwensband en vaak speelt hier ook de gun-factor mee. Warme acquisitie vraagt minder tijd en offertes worden sneller omgezet in opdrachten. Dit lijkt de gemakkelijkste vorm van acquisitie, maar werkt alleen als u een warme relatie houdt met uw bestaande klanten. Warme acquisitie gaat niet vanzelf. U zult tijd en energie moeten blijven steken in bestaande klanten. Deze vorm van warme acquisitie wordt gecontinueerd door een goede en warme relatie met de bestaande klant. Hierbij spelen de volgende punten een rol:

- Goede prijs-kwaliteitsverhouding
- Meedenken met de klant
- Realistische gratis service aanbieden
- Soms speciale kortingen geven aan trouwe klanten
- Functioneel give-a-way-presentje geven

Mailing met aanbiedingen

Bestaande klanten kunt u op de hoogte houden door middel van een nieuwsbrief. Deze kan bijvoorbeeld 4x per jaar via de e-mail of als drukwerk via de post verspreid worden. Hierin kunt u bijvoorbeeld het volgende opnemen: nieuwe ontwikkelingen in uw branche, nieuwe diensten of producten, open dagen, kortingsacties, iets over uw

eigen bedrijfsvoering vertellen, uitbreiding van uw bedrijf of organisatie, verhalen van klanten, enz. Met zo'n mailing houdt u uw bestaande klanten op de hoogte en wellicht dat er een interessante dienst of product voor hen tussen zit. Een voorbeeld hiervan is ons nieuwe magazine **Woody** die twee keer per jaar uitkomt.

Sparen voor korting

Om warme acquisitie effectief te houden, kunt u iets bedenken waardoor het voor bestaande klanten aantrekkelijk is om klant te blijven. U kunt bijvoorbeeld een eenvoudig maar doeltreffend spaarprogramma opzetten. Veel supermarkten en bouwmarkten maken hier al jaren met succes gebruik van. Klanten kunnen sparen voor korting of een gratis dienst of product. WoodyDesign heeft met succes al voor diverse klanten zo'n spaarprogramma opgezet.

Jubileumactie

Als uw bedrijf of organisatie op een bepaald moment bijvoorbeeld 10 jaar bestaat, dan kunt u voor bestaande klanten iets extra's doen. U zou een maand lang 10% korting kunnen geven op bestellingen. Hierdoor kunnen bestaande klanten besluiten om een extra dienst of product van u te kopen. ■

Er zijn uiteraard meer voorbeelden te bedenken die je als koude, lauwe en warme acquisitie kunt inzetten. Het is wellicht de moeite waard om hierover samen eens te brainstormen, bijvoorbeeld met WoodyDesign.

In ons volgende magazine zullen we aandacht besteden aan PR. Welke vormen zijn er en hoe zet je PR in voor naamsbekendheid en om nieuwe klanten te bereiken? Hoeveel effect hebben bepaalde vormen van PR? Dit en veel meer in de volgende *Woody!*

DE HUISDRUKKER

Color Glo Nederland



scan de code om naar de website te gaan

Voor diverse bedrijven, organisaties, stichtingen en kerken is Woody-Design de huisdrukker. Dit wil zeggen dat we veel met die klanten meedenken, ontwerpen en vrijwel alles voor hen drukken. Deze keer een bijzondere franchiseformule: Color Glo Nederland.

De vakkundige ondernemers van Color Glo kunnen schade aan het interieur van een auto, vliegtuig, horecagelegenheid, woon- of kantoorruimte, tegen lage kosten repareren, deodoriseren of een compleet nieuw aanzien geven bij de klant op locatie. De gepatenteerde en milieuvriendelijke producten die zij voor dit werk gebruiken, voldoen aan de allerhoogste eisen en zijn brandveilig en gecertificeerd.



Vlekverwijdering & (de)odorisatie

- Wijn, koffie, olie, verf, fruit
- Behandeld en onbehandeld leer
- Vinyl, textiel, velours
- Luchtjes (rook & organisch)

Auto's, bussen, vrachtwagens & treinen

- Stoelen & deurpanelen
- Dashboard & consoles
- Herstellen inbraakschade
- Daken, bumpers & tapijt

Kunststof kozijnen herstellen

- Herstellen beschadigingen
- In gewenste kleur spuiten
- Verkleuring
- Inbraakschade

Interieur

- Hout/laminaat
- Keukenbladen/kastjes
- Bankstellen & stoelen
- Tapijt & vinyl
- Kozijnen, bureau's, tafels
- Stiksel, vulling & vering

Caravans & mobile homes

- Bumpers
- Douchecabines
- Kunststof delen
- Krasverwijdering uit plexiglas



voor
na



Color Glo Nederland

Exa 10 | 6902 KH Zevenaar

0316 34 22 28

info@colorglo.nl | www.colorglo.nl



DE VITRINEKAST

een product uitgelicht

Bij ons op de zaak staat een vitrinekast met allerlei voorbeelden van drukwerk die we samen met onze klanten bedacht en geproduceerd hebben. Hiernaast ziet u een foto van de vitrinekast. In deze rubriek DE VITRINEKAST nemen we elke keer een product uit de vitrine. Deze keer de *productwaaier*.

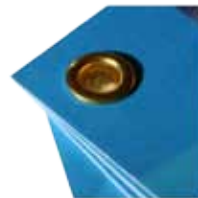
De productwaaier is een handzaam en doeltreffende manier om uw producten en diensten in beeld te brengen. Tevens is de waaier geschikt om uw bedrijf of organisatie voor te stellen, uw eventuele missie en visie te verwoorden en om uw contactgegevens te communiceren. U kunt de waaier ook gebruiken als actie met een serie kortingsbonnen.

De afmeting van de productwaaier is meestal A6 (10,5 x 14,8 cm). Aan de linkerkant staat een menu en een achtergrondfoto die de tekst op de betreffende pagina illustreert. De meeste productwaaiers hebben gemiddeld 8 pagina's die met een oogring in de linker bovenhoek wordt bevestigd. Met een boekschoef kunnen er veel meer pagina's in de waaier worden opgenomen.

De indeling van een waaier kan er bijvoorbeeld als volgt uit zien:

1. Voorpagina met foto of inleidende tekst
2. Voorstellen bedrijf of organisatie met bijvoorbeeld missie / visie
3. Product / dienst
4. Product / dienst
5. Product / dienst
6. Product / dienst
7. Product / dienst
8. Contactpagina

De productwaaier oogt als een leuke en tastbare miniwebsite. Van onze klanten die al een productwaaier bij ons hebben laten maken, horen we terug dat deze doeltreffend werkt bij nieuwe klanten en ook op beurzen en evenementen. Potentiële klanten vinden het leuk om zo'n waaier te ontvangen!



oogring (zilver, goud of koperkleur)



boekschoef (zilverkleur)



de achterkant kan ook bedrukt worden



**Woody's
Wegwijzer**

offset / digitaal

RGB / CMYK

aanleverspecificaties

sublimatie / zeefdruk

**inbinden:
veel mogelijkheden!**

OFFSET / DIGITAAL

Als je 15 jaar geleden posters en flyers liet drukken, dan ging je naar een drukkerij. Het drukwerk werd op een offsetpers geproduceerd. Tegenwoordig is er een tweede druktechniek: digitaal drukken. Wat is het verschil tussen offsetdruk en digitale druk? Wanneer zou je voor de ene techniek kiezen en wanneer voor de andere? In dit artikel leggen we het uit.



een 6 kleuren offsetpers

Offset druk

Bij offsetdruk wordt op een offsetplaat van aluminium een beeld aangebracht via een vorm van fotografie. Vervolgens wordt deze offsetplaat nat gemaakt. Alle delen op deze plaat die niet bij het beeld horen nemen dit vocht op. Daarna wordt een soort vettige inkt aangebracht. De natte delen stoten de inkt af en de droge delen waar het beeld op staat nemen de inkt juist op. De inkt wordt daarna op een rubberen doek gedrukt en dit rubberen doek drukt het beeld weer op papier. Traditioneel heeft een offsetpers 4-kleuren (zwart, geel, cyaan en magenta). Elke kleur heeft een eigen offsetplaat. Door kleuren met een bepaalde dichtheid over elkaar heen te drukken, kunnen vrijwel alle kleuren gedrukt worden. Voor kleine oplages is offsetdruk erg duur, omdat de offsetplaten die gemaakt moeten worden, zijn doorberekend in de kostprijs.

Digitale drukken

De digitale pers is rechtstreeks verbonden met de computer. Er komt geen offsetplaat aan te pas. De meeste digitale persen werken niet met inkt, maar met toner. Toner zijn fijne droge stofdeeltjes. Standaard zitten er 4 verschillende kleuren tonerflessen in een digitale machine (zwart, geel, cyaan en magenta). Het beeld dat afgedrukt moet worden, wordt in de machine via statische elektriciteit op een metalen cilinder gezet en met een laserstraal belicht. Op de plaatsen waar de cilinder statisch is, trekt het de toner aan. Vervolgens wordt een vel papier langs de cilinder gevoerd, waardoor de toner op het papier gaat zitten. De toner zit dan nog los op het papier en wordt vastgehecht (gefixeerd) doordat het tussen twee verwarmde fuserrollen doorgaat (tot 160°C). De tonerstofdeeltjes gaan hierdoor smelten en hechten zich vast op het papier. Vaak wordt ook nog een laagje fuserolie aangebracht. Deze olie smelt door de hitte samen met de toner en zorgt voor een goede hechting aan het papier. Een nadeel van het toepassen van warmte is, dat het papier tijdens het proces 1 mm krimpt. Voor dubbelzijdige druk dient hier rekening mee te worden gehouden.



een digitale pers van Konica Minolta

Bij WoodyDesign hebben we twee digitale machines staan (kleur en zwart-wit). Hogere oplages zijn via offsetdruk goedkoper. Om onze klanten van een gunstige prijs-kwaliteit te voorzien, laten we daarom bepaalde opdrachten op een offsetpers uitvoeren. Dit is de reden waarom we samenwerken met een offsetdrukkerij om dit werk aan hen uit te besteden.

Offset:

- inkt
- koude druk
- wel offsetplaten
- langere levertijd
- drukwerk in Pantone-kleuren
- stabiele kleurechtheid
- grotere papiervellen of papierrollen
- goedkoper bij grotere oplages (> 1000)

Digitaal:

- toner
- warme druk
- geen offsetplaten
- snelle levertijd
- geen stabiele kleurgarantie
- drukwerk dat moet worden gepersonaliseerd
- kleinere papiervellen
- goedkoper bij kleine oplages (< 1000)

Naast dat wij als WoodyDesign ontwerpen en digitaal drukken, zijn wij ook dealer van onbedrukt papier en enveloppen. Op deze twee pagina's vindt u een deel van het papier en enveloppen die wij kunnen leveren. Heeft u iets anders nodig? Vraag er naar!



Explorer A4 of A3 80 grams

Hoogwaardig A-label printerpapier die goed door laser- en inktjet printers en kopieer-machines loopt. Verkrijgbaar:

- per pak*
- per doos (5 pak)
- meerdere dozen / pallet



Color Copy laser printerpapier.

Hoogwaardig matglans papier voor schitterende afdrukkwaliteit. Geschikt voor laserprinters en kopieerapparaten. Verkrijgbaar per pak of per doos in de volgende maten en grams:

	A4	A3	SRA3
90 grams	X	X	X
100 grams	X	X	X
120 grams	X	X	X
160 grams	X	X	X
200 grams	X	X	X
250 grams	X	X	X
300 grams	X	X	X



Navigator, diverse grams papier

Hoogwaardig A-label printerpapier die goed door laser- en inktjet printers en kopieer-machines loopt. Verkrijgbaar:

- per pak*
- per doos (4 pak)
- meerdere dozen / pallet



Biotop A4 of A3

Duurzaam offwhite (gebroken wit) printer papier. Verkrijgbaar per pak* of per doos in:

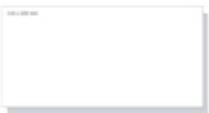
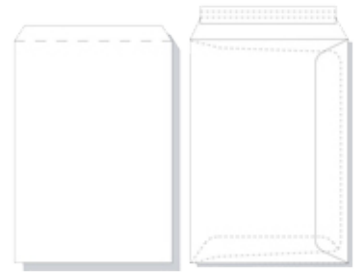
90 grams, 120 grams, 160 grams, 200 grams en 300 grams

* u kunt op verzendkosten besparen als u een pak papier samen met uw bestelling laat meesturen of komt op halen bij ons op de zaak.

Wij gebruiken voornamelijk Motif Premium Digital enveloppen in een helderwitte 90 grams kwaliteit. Voor de kleur offwhite (gebroken wit), gebruiken wij Biotop-enveloppen. Beide soorten enveloppe zijn zeer geschikt voor representatieve correspondentie. U kunt zowel bedrukte als onbedrukte enveloppen bestellen, met of zonder venster. Hieronder staan de meest bestelde enveloppen.



Motif Premium / Biotop
 Kleur: wit / gebroken wit
 Formaat: A6 (114x162mm)
 Grams: 80
 Venster: nee
 Plakstrip: ja



Motif Premium / Biotop
 Kleur: wit / gebroken wit
 Formaat: DL (110x220mm)
 Grams: 90
 Venster: nee
 Plakstrip: ja



Motif Premium
 Kleur: wit
 Formaat: DL (110x220mm)
 Grams: 90
 Venster: links of rechts
 Plakstrip: ja

Motif Premium
 Kleur: wit
 Formaat: A4 (229x324mm)
 Grams: 90
 Venster: zonder, links/rechtsboven
 Plakstrip: ja (ook als gegomd, zonder plakstrip).



Motif Premium / Biotop
 Kleur: wit / gebroken wit
 Formaat: A5 (156x220mm)
 Grams: 90
 Venster: nee
 Plakstrip: ja



Motif Premium
 Kleur: wit
 Formaat: A5 (156x220mm)
 Grams: 90
 Venster: links of rechts
 Plakstrip: ja

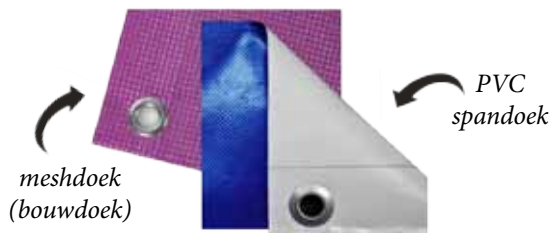
Motif Premium / Biotop
 Kleur: wit / gebroken wit
 Formaat: vierkant (140x140mm)
 Formaat: vierkant (170x170mm)
 Formaat: vierkant (220x220mm)
 Venster: nee
 Plakstrip: nee



GROOT FORMAAT

WoodyDesign produceert zelf (of in samenwerking met haar netwerk) het drukwerk in groot formaat. Op deze pagina staan enkele voorbeelden.

- **posters** (A4 t/m A0 en overige maten)
- **rolbanner** (80 x 200 cm)
- **x-banner** (60 x 160 cm)
- **beachflags** (diverse maten)
- **spandoek** (diverse maten)
- **meshdoek** (diverse maten)
- **vlaggen** (diverse maten)
- **borden** (forex en dibond)
- **aluframe** (A en B maten)
- **canvas** (diverse maten)
- **standwanden** (9 of 12 delig)
- **promotiebalie** (90 x 220 cm)



rolbanner



beachflag

x-banner



canvas



*standwand
in handige
draagtas*



aluframe



WoodyDesign levert diverse displays om uw product of diensten te presenteren.

- **folder en flyer houders** (enkel en dubbel)
- **flyer standaards** (staand / liggend / L-vorm en T-vorm)
- **menuhouders**
- **visitekaart houders** (staand / liggend)
- **boekenstandaard** (A6, A5, A4)
- **naamtenten**
- **badges** (met dubbele klip)
- **kliklijsten** (A5, A4, A3, A2, A1)
- **kliklijst op standaard** (staand / liggend)
- **parkeerbord**
- **stoepborden**



MAPPEN EN TABBLADEN

WoodyDesign levert verschillende mappen en tabbladen, zowel onbedrukt als bedrukt.

- **ringband mappen** standaard (incl. drukwerk van de voorkant en rugstrip)
- **ringband mappen FSC** (incl. drukwerk van de voorkant en rugstrip)
- **PP-mappen** (d.m.v. zeefdruk bedrukt)
- **tabbladen met cijfers** (vb. 1 t/m 10)
- **tabbladen met letters** (vb. alfabet)
- **bedrukte tabbladen** (5 tabs / 10 tabs)



WoodyDesign levert ook verpakkingsmaterialen:

- **tape** (per 6 stuks)
- **taperollers** (twee groottes)
- **inpakpapier** op rol (50 cm breed, 70 meter)
- **luchtkussenfolie** op rol (50 cm x 100 meter)
- **boek verzenddozen** (per 5 stuks)
- **brievenbusdoosjes** (per 5 stuks)
- **noppenfolie verzendenveloppen** (4 maten)
- **paraatdozen** (diverse maten)
- **etiketten** (diverse maten, dymolabel adresticker)
- **grijskarton** (dikte 600 grams, A3, A4, A5)



Neem contact met ons op voor meer informatie over papier, grootformaat, displays en verpakkingsmaterialen:

Telefoon: 0318 513883

E-mail: info@woodydesign.nl

WoodyDesign
Nieuweweg 39
3905 LH Veenendaal

0318 513883

info@woodydesign.nl
www.woodydesign.nl

ontwerpen
digitale druk
offset druk
groot formaat printen
nabewerken en inbinden
hosting en ontwerp websites

Tevens dealer van:
papier
enveloppen
mappen
tabbladen
displays
verpakkingsmateriaal

