

MEER RENDEMENT UIT JE MARKETINGBUDGET

Promotional Products Professionals (PPP) is de Nederlandse branchevereniging voor bedrijven die promotionele producten en relatie- en kerstgeschenken en aanverwante diensten leveren. De organisatie is de maatschappelijk erkende spreekbuis voor deze branche en gesprekspartner van en naar stakeholders. Het woord is aan Joop van Veelen (voorzitter) en aan Wilco Vaessen (communicatie).

Tekst: BBP Media Fotografie: Zuiver Beeld

Vertel, waarom moeten bezoekers jullie sessie op NMD bezoeken?

'Bezoekers zullen een goed beeld krijgen van de meerwaarde en de mogelijkheden van het promotioneel product. Daarnaast horen ze hoe belangrijk het is om dat promotionele product effectief in te zetten in de marketingmix. Mits goed toegepast kan de bezoeker met deze kennis meer rendement uit zijn marketingbudget halen. Verder zullen we aandacht schenken aan de do's en don'ts bij het inkopen of voorstellen van promotionele artikelen of acties.'

Waar richten jullie je als PPP op?

'Ons beleid is gericht op het professionaliseren van de branche, het ontwikkelen en verspreiden van vakkennis en maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO). PPP streeft naar meer bewustwording van effectiviteit en rendement van promotionele producten, zodat deze nog beter ingezet worden als volwaardig marketingmedium.'

Welke lessen hebben jullie geleerd tijdens de coronaperiode?

'De homo sapiens is echt een sociaal dier met behoefte aan fysieke ontmoetingen. Een leven alleen achter een beeldscherm is niet wat we willen, maar digitale bijeenkomsten zijn wel een handige aanvulling op ons dagelijkse werkzame leven geworden. Ook hebben we gezien dat Nederland een sterke digitale infrastructuur heeft. En in onze eigen promotionele-productenbranche hebben we ervaren dat aandacht geven aan personeel en relaties door middel van een fysiek product, heel veel is toegepast en erg goed heeft gescoord. In de meeste gevallen werd dat product dan opgestuurd, waardoor omvang en gewicht belangrijker onderwerpen werden.'

Wat is belangrijker: de beste (laagste) prijs of een goede customer journey, en waarom?

'Het promotioneel product speelt een belangrijke rol in de customer journey; het kan namelijk in alle fases worden



Wilco Vaessen en Joop van Veelen: "Promotionele producten maken merken sterker!"

ingezet. Het product laat indruk achter doordat het tastbaar is en alle zintuigen raakt. Het kan aanzetten tot aankoop, maar ook tot bewustwording en tot loyaliteit. Het inzetten van een promotioneel artikel betreft dan ook geen kostenpost, maar een investering. Daarmee gaat het om het rendement en spelen de kosten "slechts" een rol in relatie tot wat ze opleveren. Zo kan bijvoorbeeld een duurder product met een relatief veel hoger rendement uiteindelijk veel goedkoper zijn. Natuurlijk speelt het beschikbare budget een rol, maar daarbinnen moet het over rendement gaan. Laagste prijs is dan een ongeschikt selectiecriteriaum.'

Tot slot: welke vraag krijgen jullie nooit, maar willen jullie wel graag beantwoorden?

'Dat zijn er eigenlijk twee-in-één, namelijk: wat is het oudste marketingproduct en bestaat het nog steeds als goed marketinginstrument?'

De sessie van Promotional Products Professionals (PPP) vindt plaats van 10.20-10.50 uur, in Zaal 1. Silo 36