

Brandende vragen

Marjolijn Blok



Thomas Cook Nederland is één van de grootste reisorganisaties in Nederland en wereldwijd. Tot de organisatie

behoren de touroperators Neckermann, Vrij Uit en het retailmerk Thomas Cook. Jaarlijks verzorgt Thomas Cook Nederland voor ruim 1,3 miljoen Nederlanders de vakantie.

BrandConnection stelde haar brandende vragen aan Marjolijn Blok, Hoofd Marketing Thomas Cook.

Hoe ben je in het vak terechtgekomen?

Ik ben als projectmanager gestart bij VNU en daar werd mijn aandacht getrokken door het vakgebied Marketing. Kort daarna heb ik de overstap gemaakt als marketeer bij Libelle, daarna heb ik het marketingvak niet meer losgelaten.

Wat is de grootste blunder in je carrière?

Blunders te over, maar ja, wie niet waagt ... Ik heb ooit een actie geïnitieerd voor Holland Casino waarin we de response flink hebben overschat. Bleef ik zitten met 10.000 dagverse broodjes "Chicken Panini" die ik aan de straatstenen niet kwijt kon. En in een poging de database te verkennen, heb ik ooit de verzendschema's van alle bladen van VNU BP omgegooid.

Wat deed je als je dit werk niet deed?

Dan leidde ik een toegankelijke galerie met design en moderne kunst.



Welk medium spreekt je het meest aan?

Strikt genomen is het medium afhankelijk van merk, doelstelling en context. Maar ik wil wel kwijt dat ik een voorliefde heb voor TV vanwege het visuele aspect en de impact en Direct Marketing vanwege de mogelijkheden en de meetbaarheid.

Hoe belangrijk is de inzet van media voor Thomas Cook?

Is een heel belangrijk onderdeel van de dagelijkse praktijk, met een continue zoektocht naar de beste mediamix en de meest effectieve manier om onze euros te besteden.

Welk TV programma mis je nooit?

Het nieuws, het Blok ... en de reclames.

Wat vind je de beste productintroductie?

Ik kijk vol bewondering naar Apple en de nieuw geïntroduceerde proposities van Bol.com

Wat is het laatste nieuws over Thomas Cook?

Onlangs is een grootse nieuwe campagne "Smeer'm met Neckermann" gestart.

Amazing Discoveries

Unieke éénmalige aanbieding: creatieve workshop met INDIE en BrandConnection.

BrandConnection gelooft sterk in partnerships en daarbij hoort een intensieve samenwerking tussen adverteerder, reclamebureau en mediabureau. BrandConnection en INDIE (voorheen S-W-H) hebben de laatste jaren een intensieve en warme samenwerking opgebouwd rondom gezamenlijke klanten, maar ook als sparringpartner voor New Business trajecten. Partijen zoeken elkaar veelvuldig op om met elkaar te sparren, te brainstormen of voor een gezamenlijke strategie- of kennissessie.

Onlangs heeft INDIE haar werkwijze geheel vernieuwd.



Zij brengen bureau en klant aan tafel samen met een aantal 'creatieven' die relevant kunnen zijn voor het project/product/opdracht. Dit kunnen zeer uiteenlopende persoonlijkheden vanuit verschillende disciplines zijn. De personen aan tafel worden bepaald door de behoefte en speciaal voor een project/case tijdelijk aangetrokken. Dit resulteert in inspirerende sessies die als leidraad kunnen fungeren voor een creatief concept of een denkrichting. INDIE is als het ware een 'toolkit' voor haar klanten; hierin vind je het beste gereedschap om de klus te klaren. INDIE is een energiek knooppunt van samenwerkend en resultaatgericht talent.

Deze vernieuwende en bijzondere manier van werken inspireert ons als mediabureau enorm en we zouden dit gezamenlijke enthousiasme graag met u delen.

Daarom bieden we met veel plezier één van onze lezers een gratis creatieve workshop aan met INDIE en BrandConnection. Als U hiervoor in aanmerking wilt komen stuur dan een mail met korte onderbouwing naar arlette.schelbergen@brandconnection.com. Uit alle inzendingen zullen wij één case kiezen.



Z@p

Wist u dat...

- In het eerste kwartaal van 2010 tweederde van de huishoudens digitale televisie heeft
- 14,7 miljoen Nederlanders het WK voetbal in Zuid Afrika heeft gevolgd
- 12,3 miljoen personen Oranje de finale heeft zien behalen en dat dit het best bekeken programma aller tijden was
- Vanaf september de nieuwe omroep POWNED zendtijd krijgt bij STER en dat Rob Stenders deze nieuwe omroep gaat leiden
- Het Carré Debat op 23 mei RTL4 1,5 miljoen kijkers wist te boeien



- Robert Jensen na een lange media stop het gevecht aangaat met de rivaliserende ochtendshows op de radio door vanaf 2 augustus de dagelijkse ochtendshow op Radio Veronica voor zijn rekening te nemen
- Hollands Got Talent (RTL4) het na vier uitendingen nog steeds wint van Popstars (SBS6)
- Radio 3FM vanaf september met een gedeeltematig nieuwe programmering zal starten
- Arbeidsvitaminen (bestaat al sinds feb 1946) van 3FM naar Radio 5 gaat en Jan Steenman dit zal presenteren
- SBS dit najaar nog zal starten met het aanbieden van NET 5 in 3D
- RTL8 dagelijks van 6.30 en 9.30 uur met Kinder TV voor kijkers van 3 tot 8 jaar is gestart.