

C-DAY18, HET NATIONALE VAKCONGRES VOOR COMMUNICATIEPROFESSIONALS

Op 21 juni is het zover: in het NBC in Nieuwegein (Utrecht) laat een groot aantal communicatieprofessionals tijdens C-DAY18 het vakgebied schudden. Na een reeks van succesvolle edities staat ook dit jaar een mooie line-up klaar met nationale en internationale topsprekers. Het Logeion-congres is in de afgelopen jaren uitgebouwd tot een sterk merk, met in 2017 ruim 600 bezoekers.

Op C-DAY haalt de communicatieprofessional zijn state-of-the-art kennis en inspiratie en bouwt hij zijn netwerk uit. De kern van het congres is inhoud en nog eens inhoud: strategieën die werken, dilemma's die je wakker houden en opinies die je blik verruimen. Naast plenaire sessies is er veel ruimte om in subsessies een specifiek onderwerp of thema verder uit te diepen. Dit betekent ook volop mogelijkheden voor partners om bij de inhoud aan te sluiten of zich met inhoud in een subsessie te presenteren. Het sponsorteam informeert u graag over de opzet van het programma.

Doelgroep

Het communicatiecongres C-DAY is het hoogtepunt van het verenigingsjaar en trekt een publiek dat bestaat uit communicatieprofessionals (zowel leden als niet-leden), van medewerkers tot directeurs communicatie, die op de hoogte willen blijven van actuele ontwikkelingen in hun vakgebied en collega's willen ontmoeten.

Communicatieman/vrouw 2018

De verkiezingen van de Communicatieman/vrouw en het CommunicatieTalent van 2018 vinden ook plaats tijdens C-DAY18.

Voordelen sponsoring

- Direct contact met uw doelgroep
- Profiteer van sterk merk C-DAY
- Bouw aan uw huidige en toekomstige netwerk
- Exposure in multimediale marketingcampagne vooraf, tijdens en achteraf
- Verstevig uw positie in de markt door kennisdeling



SPONSORPAKKETTEN C-DAY18

	€ 2.000 <i>Brons</i>	€ 3.500 <i>Zilver</i>	€ 6.000 <i>Goud</i>
Exposure in marketingcampagne			
Logo- en/of naamsvermelding op:			
• E-mail uitnodigingen	●	●	●
• Congreswebsite www.cday.nl	●	●	●
• Vakblad C (oplage 4.000) bij artikel over congres	●	●	●
• Social media (11k LinkedIn, 14k Twitter)	●	●	●
• Programmaoverzicht of -app	●	●	●
Contentmarketing in publicaties van Logeion			
• Klantcase in C (t.w.v. € 2.500)		1/1	1/1
• Banner in e-nieuwsbrief van Logeion (6.200 abonnees)	1	2	4
• Artikel of fragment in Magazine on the Spot	●	●	●
Exposure tijdens event			
• VIP-lunch (5 genodigden)			●
• Inhoudelijke sessie 45-60 minuten		●	●
• Standruimte in centrale hal	●	●	●
• Logo op welkomstsheets & vermelding dagvoorzitter	●	●	●
• Banier in centrale hal	●	●	●
• Gratis kaarten (incl. standbemanning, excl. sprekers)	2	4	6
• Uitreiking eigen product aan genomineerden/ winnaars Communicatieverkiezingen			●
• Interview voor eigen blad met winnaars Communicatieverkiezingen			●
Exposure na afloop van event			
• Whitepaper verspreiden onder bezoekers event		●	●
• E-mailing opt-in lijst Logeion-leden		1	2
• Advertentie in vakblad C (speciale editie)		1/2	1/1

C-DAY, het nationale vakcongres voor communicatieprofessionals

Wilt u nu al gegarandeerd verbonden zijn met C-DAY voor de komende drie jaar?

Maak dan gebruik van onze speciale meerjaren-regeling: 15% korting op de totaalprijs.

VOORBEELDEN KLANTCASE

KLANTCASE



Mediawijs netwerk om samen te leren

Voor de provincie Noord-Brabant is het belangrijk dat alle inwoners mee kunnen komen digitaal aan de slag gaan. Cubiss heeft daarom de opdracht gekregen de mediawijsheid in het onderwijs te vergroten. Een van de initiatieven hiervoor is MediaPakt, een lerend netwerk om mediawijsheid in het onderwijs structureel onder de aandacht te brengen.

"Het is vooral een netwerk van, voor en door organisaties", vertelt Ilse van der Voorden, adviseur Marketing en Communicatie bij Cubiss. Het MediaPakt richt zich op onderwijsinstellingen in Brabant, en bibliotheken zijn hiertin belangrijke netwerkpartners. Cubiss heeft binnen het MediaPakt de rol van expert, aanjager en verbinder.

Delen
Mediawijsheid? Uh...? Als je vijf personen naar de betekenis vraagt, krijg je vijf andere antwoorden, zo leert de ervaring. Op veel scholen is onduidelijk wat het precies is, en hoe ermee om te gaan. Dit is een van de redenen waarom gekozen is voor een

lerend netwerk. Organisaties die zich aansluiten bij het MediaPakt spreken af de mediawijsheid van leerlingen (en leraren) te vergroten en elkaar daarin te versterken door samen te werken en kennis te delen.

Actief posten

Een belangrijk middel voor het netwerk is het kennisplatform www.mediapakt.nl. Kennisdelen en samenwerken staan hier centraal. Daarnaast vindt men er nieuws, blogs, producten en evenementen op het gebied van Mediawijsheid. Zo'n site komt er niet vanzelf, volgens Ilse. "We koesteren onze actieve ambassadeursgroep. Die willen we warm maken voor het blijven produceren van content."

Zo zijn er leerkrachten die actief posten en discussies opstarten. Ook uitwisselen van praktijkvoorbeelden biedt veel inspiratie: laat maar zien wat er is en hoe het aangepakt wordt. MediaPakt heeft daarmee voor veel deelnemers iets te bieden.

Special interest

Cubiss vond in Mett een passende partner voor

de online uitwerking van het lerende netwerk. Zo kregen ze advies hoe de virtuele verbinding het beste gelegd kan worden en hulp bij het inrichten. Ook werden de beheerders getraind om www.mediapakt.nl te onderhouden. Ilse: "Voor mij is MediaPakt geslaagd als het een levendige community blijkt, met voldoende deelnemers." MediaPakt kan nog jaren vooruit: "Ambities zijn er voldoende."

Elkaar inspireren, helpen en samenwerken rond een specifiek thema, interesse of doel. Dat is het doel van een special interest community. Of het nu gaat om een thema als de toekomst van verkeer en vervoer of een doel als het verbinden van mensen met dezelfde expertise of interesse, het kan in Mett.

Media
www.mett.nl
www.mett.nl
www.mett.nl
Dit art

18

1900: PLANTA-A

KLANTCASE



Efficiënt werken en overzicht houden

Employee engagement, een uitdagend onderwerp voor elke interne communicatiemanager. Het verhogen van de betrokkenheid van werknemers is essentieel voor het succes van een organisatie. Maar, de manier waarop medewerkers content consumeren is sterk veranderd.

Content wordt nu vluchtiger en via andere kanalen geconsumeerd. De sleutel tot succes: maak nieuws en informatie persoonlijk. En bied het aan op verschillende kanalen zoals: intranet (web), app, mail en narrowcasting.

Meer communicatiekanalen en personalisatie voor elke medewerker zorgt voor onelidig veel werk voor de communicatiemanager. Door dit te automatiseren bereikt de communicatieafdeling meer medewerkers, maar is het wel mogelijk efficiënt te werken.

Eén centraal en multichannel communicatieplatform

Met één centraal platform voor de interne commu-

nicatieafdeling kan de IC-manager efficiënter werken en overzicht behouden. Alle mediakanalen zijn te besturen vanuit een overzichtelijk dashboard.

Gepersonaliseerd nieuws

Nieuws wordt op drie manieren gepersonaliseerd:

- Op basis van het profiel van de medewerker.
 - Op basis van persoonlijke instellingen van de medewerker.
 - Door leesgedrag te analyseren.
- Op deze manier wordt nieuws relevant. Waardoor medewerkers terugkeren in het nieuwsplatform om meer organisatie nieuws te lezen.

Succes meten met de juiste data

Om te meten of al je inspanningen invloed hebben op de employee engagement, moet je beschikking hebben over de juiste statistieken. Aan de hand slimme analyses kun je de strategie optimaliseren en bijsturen waar nodig.

Dit artikel is gesponsord door ORTEC.

ORTEC for Communications

ORTEC for Communications optimaliseert interne communicatie, in het bijzonder het bereiken van medewerkers met relevant nieuws. We ontwikkelen high-end multichannel platforms voor interne communicatie op maat gemaakt naar je organisatiedoelen en huisstijl. Benieuwd hoe wij jouw interne communicatie kunnen optimaliseren? Of wil je weten hoe jouw platform eruit kan zien? Kijk voor meer informatie op www.orteccommunications.nl

ORTEC
OPTIMIZE YOUR WORLD



36

1909: Nieuwe Statuten NGPR NACRUK OP BEROEPSCODE. AANTAL LEDEN STUIG HIERDOOR STERK