

Re: Action



Annie van den Eijkhoff

“ELK NADEEL HEB Z'N VOORDEEL...”

Zo luidde de onnavolgbare uitspraak van Johan Cruyff. John Kennedy zei het tijdens een van zijn speeches anders: “het woord crisis bestaat in het Chinees uit twee verschillende karakters: de ene staat voor gevaar en de ander voor kans.” En volgens een Boeddhistische wijsheid schuilt in elk probleem een mogelijkheid.

Drie simpele uitspraken uit drie verschillende periodes waaruit we mogen veronderstellen dat ook aan de huidige financiële crisis een zonzijde zit. Met mogelijkheden en kansen in het verschiet. Hoewel het blijft zoeken naar die zonzijde, durf ik met zekerheid te zeggen dat we die niet vinden door de hand op de knip te houden.

Het consumentenkoopgedrag is immers nog steeds gebaseerd op impulsen die worden gestimuleerd vanuit reclame. En ook al is dat koopgedrag beperkter geworden: het is er wel.

Elk bedrijf dat succesvol onder de aandacht wil blijven bij de consument, zal dus z'n gezicht moeten laten zien. In tijden van crisis is het lastiger om de consument te overtuigen, te bewegen en te binden. Een persoonlijke relatie door face-to-face marketing blijft heel belangrijk. De investering die gedaan wordt in persoonlijk contact met uw klant, verdient zich zeker terug en vertaalt zich naar meetbare omzetstijging, klantenbinding en vertrouwen bij de consument.

Action Team werkt er graag aan mee om uw positie op de markt te verstevigen en vast te houden. Daar waar u zich over uw core business ontfermt, letten wij erop dat uw promoties, evenementen en field marketingactiviteiten persoonlijk, resultaatgericht en doordacht worden uitgevoerd.

Graag maken wij weer eens een afspraak met u om samen van deze crisis een zonnige, kansrijke uitdaging te maken. Want die financiële crisis onder de duim krijgen, willen we allemaal...

Annie van den Eijkhoff/directeur Action Team

Re: Action Interview



LIEFDE VOOR JE WERK LEVERT SOMS MEER OP DAN GELD.

Dat beamen volmondig Willemijn Diemer (25) en Sander Vossen (23), vaste promotiemedewerkers van Action Team die elkaar leerden kennen op de Huishoudbeurs in 2007.

De fysieke inspanning en mentale druk tijdens het werken op een beurs zijn vergelijkbaar met het beoefenen van topsport. Collegialiteit en nauwgezet samenwerken zijn dan noodzaak. Dat Willemijn en Sander nu nog steeds meer delen dan alleen hun werkgever bewijst dat ze die toets destijds uitstekend hebben doorstaan.

En nog steeds werken ze allebei met veel plezier voor Action Team.

“Sinds m'n zestiende werk ik al voor Action Team”, zegt Willemijn, “aanvankelijk om gemakkelijk geld te verdienen met flyeren, maar daarna werd ik al snel ingezet als gastvrouw op beurzen of ik ging de straat op in een gek pakke om iets uit te delen.”

Vooral de verscheidenheid aan klussen vindt ze leuk. Er is gezegd nooit een saaie dag. De samenwerking met de medewerkers op kantoor is heel prettig. “Je kent inmiddels iedereen bij naam en weet ook wie je waarvoor moet spreken. Omgekeerd is het zo dat Action Team nu wel weet welke klussen goed bij mij passen.”

Dat er regelmatig contact is met kantoor, via een nieuwsbrief, of telefonisch, vindt ze belangrijk. “Je houdt op die manier meer feeling met elkaar. Even aanwippen bij Action Team tussendoor is er immers niet gauw bij, maar als we op kantoor verzamelen voor of na een klus is er altijd wel even tijd voor een gezellig praatje.”

“Verder is het invullen van een evaluatieformulier na elke klus een prettige manier om feedback te kunnen geven”, zegt Willemijn dan nog om tenslotte te benadrukken Action Team van harte aan te bevelen bij zowel vrienden – om te werken – als bij potentiële opdrachtgevers.

Re: Action Cases



DAAR ZOEFFFFFT ZIGGO VOORBIJ

Per felgekleurde scooters zijn Action Teams kortgeleden op pad gegaan door de centra en woonwijken van Amersfoort en Breda. Om het Ziggo alles-in-1 abonnement bekendheid te geven en om te laten merken dat er door de hoge kwaliteit van het digitale beeld en geluid geen hinderlijke storing optreedt wanneer er een luidruchtige scooter passeert. De opvallende actie kwam natuurlijk niet alleen; er gold een speciale aanbieding van een abonnement met televisie, internet en telefonie in één pakket voor € 39,95, inclusief een digitale ontvanger.

De vrolijke scooters met hun berijders trokken veel bekijks en scoorden daarmee eveneens extra naamsbekendheid voor Ziggo.



PEARLE EN VEILIG VERKEER NEDERLAND. NIET ALLEEN EEN BRIL ZORGT VOOR BETER ZICHT!

Maar zeker ook schone autoramen. En zo gingen de promotors van Action Team dit keer op stap met emmer sop, zeem en ruitenwisser. In diverse steden werden op parkeerplaatsen en in winkelstraten heel wat autoruiten gesopt.. Een leuk ideeetje van reclamebureau Impact in opdracht van Pearle en Veilig Verkeer Nederland. Om de afwezige chauffeurs op de hoogte te stellen van het doel van 'goed zicht' werd op de ramen een zuignapje met flyer achtergelaten waarop de boodschap nog eens duidelijk was meegedeeld. Met de groeten van Pearle en Veilig Verkeer Nederland natuurlijk.



ZOOOOO-O-VEEL MENSEN DEDEN MEE AAN DE TELFORT VOORDEEL CAMPAGNE.

Als onderdeel van de Telfort 'Zoouo-o-veel Voordeel' campagne hebben de medewerkers van Action Team in 34 Telfort Shops een spel begeleid met aanvankelijk argeloze voorbijgangers. Er viel per dag een simlock vrije Ericsson C905 te winnen door de speler die 'het langst 'zoouo-o' kon zeggen. Dat velen daarvoor in waren, getuige de hilarische tafereelen die te zien zijn op:

<http://viewer.ottonico.com/zoouooveelvoordeelzaterdagcompilatie>

Action team liet met deze opdracht zien voor de juiste medewerkers te zorgen, maar ook logistiek te kunnen uitpakken door het aanvragen van de nodige vergunningen voor het voeren van een dergelijke campagne.



OP DE HISWA VOOR HONDA

Tijdens de HISWA van dit jaar namen de Action Team hostesses op professionele wijze de honneurs waar van de gasheer door bezoekers te ontvangen, hen een drankje aan te bieden en ze verder vriendelijk te woord te staan. Ook al lieten nieuwsberichten ons geloven dat de crisis voor een teruggang heeft gezorgd op de HISWA, mag Honda zich toch zeker beroepen op een groot aantal enthousiaste bezoekers tijdens de beurs.

ACTION TEAM VOOR ACTION TEAM

Action Action Team streeft kwaliteit na omdat u dat van ons verwachten mag. Op een scooter door de stad met uw product, de handen uit de mouwen stekend met emmer sop en spons, maar ook als elegante gastvrouw of gasheer voor u op de beurs.

Voor het op peil houden van onze database en het waarborgen van kwaliteit, zijn wij altijd op zoek naar medewerkers met pit en gevoel voor service. We verspreiden daarvoor onze eigen flyers; het kantoorteam zit altijd klaar om telefonisch tekst en uitleg te geven en er worden regelmatig get-togethers georganiseerd voor scholing en uitwisseling van ervaringen.

Voor zowel opdrachtgever als medewerker geldt:

Als je aan eventmarketing, een beurs of promotiewerk denkt, denk dan aan Action Team. Bel: 020 - 312 11 11.

