

JOURNALIST IN BEDRIJF

ROEM

ROEM IN SAMENWERKING MET VILLAMEDIA

De digitale en sociale media hebben de wereld veranderd. Er is steeds meer informatie en niet per sé betrouwbare en nuttige informatie. Platformen nemen in aantal toe, maar inhoud dreigt te verwateren. Uw boodschap dreigt te verwateren als alles “lekker kort en snel”

wordt gepresenteerd. Om complexe processen en de maatschappelijke impact van uw business goed te belichten moet de boodschap niet gevangen zitten in een beperkend format maar ruimte bieden voor nuance van experts. Pas dan is voor het publiek te onderscheiden

wat klopt en wat niet. En het imago van uw bedrijf zal verbeteren doordat uw boodschap overeenstemt met de werkelijkheid.

De rol van de journalist verandert intussen ook en is belangrijker dan ooit. In Nederland worden 3 miljoen dagbladen per dag gelezen, is "Het Nieuws" het best bekeken programma met miljoenen kijkers, en bepalen journalisten de agenda van het maatschappelijke debat.

Het is dus van groot belang dat journalisten op de hoogte zijn van wat er bij uw bedrijf, organisatie of sector speelt opdat uw verhaal waarachtig en correct voor het voetlicht komt.

"Journalist in Bedrijf" legt een verbinding tussen bedrijven, instellingen, overheden en journalisten. Ze levert zo een bijdrage aan de betrouwbaarheid en

geloofwaardigheid van de boodschap en aan de kwaliteit van de journalistiek. Er wordt op een journalistieke manier een brug geslagen tussen actuele maatschappelijke ontwikkelingen, innovaties en ontwikkelingen bij uw bedrijf, organisatie of sector. Het verschaft inzicht in elkaars vakinhoudelijke verantwoordelijkheden en werkwijzen en biedt de gelegenheid op een inhoudelijke manier informatie uit te wisselen en het biedt de mogelijkheid een inhoudelijke relatie op te bouwen met de voor u belangrijke journalisten en media.

Dat kan op verschillende manieren gedaan worden. Elke manier staat op zichzelf en kan samen met de andere manieren ingezet worden.

"Journalist in Bedrijf" is een samenwerking tussen Roem Consultancy en Villamedia BV.

Weltweit verbunden

Das Potenzial mobiler Kommunikation

Verdrängt werden werden Mobiltelefone nicht werden. Nur ein kleiner, ein Stück der Nutzer verbleibend dazu. Wie die letzten fünf Auswertungen des IDC für die Studie zum Einsatz von Mobiltelefonen im Jahr 2010 zeigen, werden die Nutzer zum Zweck der Kommunikation, die sie mit dem Smartphone, in Afrika, Asien und dem lateinamerikanischen Raum vor 2010 nicht haben. In Europa, im Nahen Osten und in Südamerika wird der Markt für Mobiltelefone in den nächsten fünf Jahren um etwa 100 Prozent zunehmen. In den nächsten fünf Jahren werden die Nutzer der Mobiltelefone in Europa um etwa 100 Prozent zunehmen. In den nächsten fünf Jahren werden die Nutzer der Mobiltelefone in Europa um etwa 100 Prozent zunehmen.

786 Millionen Nutzer werden 2015 ausschließlich mobil sein geboren.

Der IDC Research Analyst, Thomas H. Davenport, sagt, dass die Nutzung der mobilen Geräte in den nächsten fünf Jahren um etwa 100 Prozent zunehmen wird. In Europa, im Nahen Osten und in Südamerika wird der Markt für Mobiltelefone in den nächsten fünf Jahren um etwa 100 Prozent zunehmen. In den nächsten fünf Jahren werden die Nutzer der Mobiltelefone in Europa um etwa 100 Prozent zunehmen.

Verkaufsschlager

Amortisierte Verkaufsschlager

1,1 Milliarden Mobiltelefone werden in den nächsten fünf Jahren verkauft werden. Die Verkaufsschlager sind in den nächsten fünf Jahren um etwa 100 Prozent zunehmen.

Wachstumsmarkt

Mobiltelefone in Europa



Netzwerke

Wird die Nutzer weltweit mobil sein?

China Mobile (Hongkong) 999.000.000
 Vodafone (Irland) 233.000.000
 Verizon Wireless (USA) 200.000.000
 T-Mobile (Deutschland) 100.000.000
 AT&T (USA) 100.000.000
 Telefonica (Spanien) 100.000.000
 NTT DoCoMo (Japan) 100.000.000
 Telefonica (Brasilien) 100.000.000

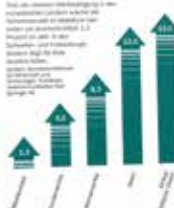
Arbeitgeber

Wird die Arbeitgeber weltweit mobil sein?



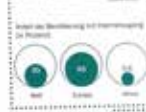
Aufholjagd

Wird die Mobiltelefone in den nächsten fünf Jahren um etwa 100 Prozent zunehmen?



Arbeitsaufgabe

Wird die Arbeitgeber in den nächsten fünf Jahren um etwa 100 Prozent zunehmen?



1. WHITE PAPER

In een apart katern in Villamedia magazine en een apart deel op de website van Villamedia kunnen bedrijven, instellingen en overheden hun boodschap kwijt. Het fundament van de White Paper is het aandragen van oplossingen voor actuele maatschappelijke problemen. Geen platte reclameboodschappen, maar inhoudelijke bijdragen over iets dat mensen raakt en dat voor journalisten bijdraagt aan hun kennis. De White Papers worden gemaakt door Villamedia in samenspraak met de partners. Rondom de publicatie van een White Paper verschijnen advertenties online en in print. Een samenwerking op deze manier wordt aangegaan voor minimaal 2 jaar met per jaar 3 White Papers. Dat alles om een duidelijk effect bij de doelgroep te bereiken.

ASN BANK
VOOR DE WERELD VAN MORGEN

Villamedia

Geefje Op

www.villamedia.nl/masterclass

ASN Bank belegt in projecten en bedrijven die een duidelijke bijdrage leveren aan de duurzame samenleving. Bijvoorbeeld in windmolens en zonne-energie, sociale woningbouw, eerlijke handel, ziekenhuizen en zorginstellingen. En niet in zaken als wapens, fossiele energie, kinderarbeid, dierenleed en uitbuiting van werknemers.

Binnen de ASN Bank bestudeert een afdeling van zes mensen de laatste ontwikkelingen op het gebied van Duurzaamheid en vertaalt dat naar concreet beleid voor de bank. Hoofd van de afdeling, Piet Sprengers, praat in twee sessies journalisten bij over Duurzaamheid en Klimaat en Biodiversiteit. En over Duurzaamheid en Mensenrechten. Journalisten krijgen een exclusief kijkje in de keuken van het duurzaamheidsbeleid van de ASN Bank.

ASN BANK MASTERCLASSES DUURZAAMHEID

KLIMAAT EN BIODIVERSITEIT

30 januari Artis Amsterdam van 14 tot 17 uur

MENSENRECHTEN

6 februari, Vredespaleis Den Haag van 14 tot 17 uur

De Masterclasses zijn bedoeld voor journalisten geïnteresseerd in duurzaamheid en in financiën. De Masterclasses zijn gratis bij te wonen.



ASN Bank organiseert de Masterclasses Duurzaamheid in samenwerking met Villamedia

2. MASTERCLASSES

Een expert uit een bepaald vakgebied vertelt de ins en outs aan journalisten die in hetzelfde vakgebied werken. Bedrijven, instellingen en overheden kunnen hiervoor de experts leveren. De journalisten worden individueel benaderd en via Villamedia.



3. EXPERTMEETINGS

Vertegenwoordigers van een bepaald vakgebied ontmoeten journalisten die in hetzelfde vakgebied werken. In een geleide discussie kan er over en weer ingegaan worden op elkaars verantwoordelijkheden, er ontstaat begrip voor elkaar vakinhoudelijke positie en er kan bekeken worden hoe er om wordt gegaan met bepaalde struikelblokken.



4. JOURNALISTIEKE PRIJZEN

Een directe bijdrage leveren aan de kwaliteit van de journalistiek en en passant in contact komen met de hele Nederlandse journalistiek en media? Partner worden van De Tegel, journalistieke Jaarprijzen of van de Journalist van het Jaar.



5. FOTOTENTOONSTELLINGEN

De magie van foto's is dat ze in een enkel beeld een heel verhaal vertellen dat toch steeds weer anders is. Met foto's van de Zilveren Camera is er sinds 2009 een reizende tentoonstelling georganiseerd op verschillende NS stations. Deze maatschappelijk zeer relevante fotografie werd ineens toegankelijk voor een heel groot publiek. Organisaties kunnen hun eigen verhaal op een foto-journalistieke manier vertellen. De tentoonstelling kan verschillende vormen hebben.

Villamedia

villamedia.nl/magazine



ROEM

roem.in