



ROULARTA LEVERDE HET FORUM HEEL WAT ZICHTBAARHEID OP



NABIL JIJAKLI, GROUP DEPUTY CEO.

Op 17 november organiseerde kredietverzekeraar Credendo, samen met Trends en Trends-Tendances, het Credendo Trade Forum 2016 in het auditorium van de Nationale Bank van België.

De tweede editie verenigde opnieuw Belgische bedrijfsleiders en internationale sprekers rond belangwekkende exportthema's.

In de context van het Forum werkte de Ideeënfabriek van Roularta Media heel wat initiatieven uit voor de branding en positionering van het nieuwe Credendo.

Op 1 januari 2017 veranderde de naam van de Belgische kredietverzekeringsgroep, met Delcredere (nu Credendo – Export Credit Agency) als moedermaatschappij, in Credendo. Door de oprichting of overname van andere bedrijven in de sector en de integratie van de groep, is Credendo sinds 2004 uitgegroeid tot de vierde grootste exportkredietverzekeraar in Europa. Een van haar belangrijke troeven is de analyse van de (geo)politieke, economische of commerciële risico's in verschillende landen, en de toekenning van landenratings op basis daarvan.

“Uiteindelijk behoort het welzijn van de hele Belgische samenleving tot de opdracht van Credendo”, onderstreept Nabil Jijakli, Group Deputy CEO, “want voor een klein land als België begint de groei en expansie van de economie bij de export. Daarom organiseerden we in november 2016 – al voor het tweede jaar op rij – het Credendo Trade Forum

over internationale handel. Oorspronkelijk een idee van Dirk Terweduwe, Group CEO van Credendo.” Dankzij internationale sprekers heeft het Forum een academische kant. Maar er is ook een praktisch luik, zoals blijkt uit de aanwezigheid – zowel in de panels als in de zaal – van Belgische bedrijven, Kamers van Koophandel, federaties of exportagentschappen en diplomaten.

ORGANISATIE EN COMMUNICATIE

Voor de organisatie en communicatie werkte Credendo samen met de Ideeënfabriek en met andere teams van Roularta Media. “Zonder de samenwerking met die specialisten was het Forum nooit zo succesvol geweest”, benadrukt Nabil Jijakli. “Op het vlak van externe communicatie was de verscheidenheid aan communicatiekanalen een belangrijke troef. Er werden verschillende media ingezet, zoals de gedrukte en onlinemagazines Trends en Trends-Tendances en de televisiezender Kanaal Z/Canal Z.” Al in het voorjaar van 2016 identificeerden we samen met >

EEN ONE-STOP-SHOPPING POINT



“In elk crossmediaal verhaal speelt de coördinatie tussen de verschillende platformen een cruciale rol. Alle verhaallijnen moeten immers op elkaar afgestemd worden om tot een coherente campagne te komen. De specifieke troeven van elk platform renderen dan volop in een dergelijke harmonieuze setting. In die optiek genieten de adverteerders bij Roularta Media van de services van de Ideeënfabriek: een crossmediale denktank die creatieve oplossingen creëert om ze dan vervolgens tot in het kleinste detail uit te werken in samenspraak met de klant. Elke adverteerder krijgt zo de garantie op een optimaal resultaat dankzij dit centrale aanspreekpunt die alle afdelingen binnen Roularta Media Group aanstuurt: een one-stop-shopping point. Samen met haar team coördineert Fabienne Dewilde de complexe projecten van de Ideeënfabriek van A tot Z en fungeert als centraal aanspreekpunt in de crossmediale projecten.”

FABIENNE DEWILDE

Project Manager - Crossmedia
fabienne.dewilde@roularta.be
02 467 57 73

LA FABRIQUE
à  IDÉES
DE IDEEËNFABRIEK



“Met onze verschillende teams konden we Credendo zowel adviseren als begeleiden.”

WE HEBBEN DE JUISTE DOELGROEP



“Het project van Credendo was een kolfje naar de hand van Roularta Media. Fabienne Dewilde van de afdeling Ideeënfabriek legde de eerste contacten met Credendo en fungeerde daarna als crossmediale coördinator van alle projecten tussen alle betrokken teams. En de uitdaging voor alle teams van Roularta Media werd snel duidelijk: het Credendo Trade Forum 2016 mee organiseren en een brede communicatie- en mediacampagne opzetten en uitrollen. Vóór, tijdens en na het Forum. Als multifunctioneel team kunnen

we de klant zowel adviseren als begeleiden. Onze grootste troef was wellicht onze crossmediale aanpak, met redactionele exposure in magazines (print en digitaal), native advertising en publiereportages voor branding, en zelfs met video op onze televisiezender Kanaal Z. Bovendien leverden we logistieke steun bij de organisatie van het Forum, de opstelling en verwerking van de enquête, enzovoort. Dat onze magazines Trends en Trends-Tendances dezelfde zakelijke doelgroep hebben als onze klant Credendo heeft zeker bijgedragen aan het grote succes van het Forum.”

Pieter De Meyer
Account Manager
Finance & Public sector
pieter.de.meyer@roularta.be
02 467 56 10

Roularta Media 

Your premium choice .

de specialisten in internationale economie bij Trends en Trends-Tendances de internationale sprekers. En net voor de zomervakantie blikte een ander team zes Nederlandstalige en evenveel Franstalige interviews in, gefilmd in de Antwerpse haven, vlakbij het MAS. Daarin vertellen analisten van Credendo en CEO's of CFO's van Belgische bedrijven over het belang van export. Die 'capsules' gingen vanaf september op Kanaal Z/Canal Z in de ether als smaakmaker voor het nakende Forum.

Bij Roularta Custom Media ontfermden grafische ontwerpers, copywriters, vertalers en projectmanagers zich intussen over de commerciële communicatie. Zij realiseerden bijvoorbeeld de vooraf uitgestuurde 'Save the Date' en nadien de eigenlijke uitnodigingen. Alles werd in huis bij Roularta Media gedrukt. Het mediabedrijf ontwikkelde ook een website waarop bezoekers van het Forum zich konden registreren.

Voor en na het Forum verschenen in de magazines Trends en Trends-Tendances diverse tekstuele bijdragen in de vorm van 'native advertising' als het om kredietverzekering in het algemeen ging, en in de vorm van publiereportages 'Expert aan het woord' voor de specifieke branding van Credendo. Omdat het niveau van het Forum ook de Trends-journalisten niet was ontgaan, verschenen er ook redactionele artikelen in het economische magazine zelf. De verschillende kanalen versterkten elkaar en vanwege de 'buzz' besteedden ook andere persgroepen aandacht aan het initiatief.

GEEN TWEE ZONDER DRIE?

“Bijzonder aantrekkelijk in de samenwerking met Roularta Media was de mogelijkheid om een enquête over export te houden onder de Belgische ondernemingen”, vervolgt Nabil Jijakli. “Voor de precieze segmentering en het bewaken van de relevantie van de vragen en de verwerking van de antwoorden deden we een beroep op het gespecialiseerde team Roularta Business Information.” De resultaten van de enquête werden gepresenteerd tijdens het Forum en in de magazines Trends en Trends-Tendances. “Een ander groot voordeel was dat we een single point of contact hadden. De projectmanager van de Ideeënfabriek coördineerde het hele project in al zijn dimensies.”

“In het najaar van 2017 organiseren we de derde editie van het Credendo Trade Forum. Als het kan, opnieuw met Roularta Media als communicatie- en mediapartner”, besluit Nabil Jijakli. •