

Nieuwe media dwingen pr-bedrijf tot verandering

“Ik verzamel kundige jongeren om mij heen”

Peter Keijzer (52) nam in 2008 pr-bureau Lubbers & De Jong over. Hij veranderde de organisatie, zette in op nieuwe media en bedacht een werkende acquisitiestrategie. De omzet is inmiddels verviervoudigd.

■ tekst Kim Loohuis ■ fotografie Ruud Binnekamp

Peter Keijzer deed als marketing-manager van Dell Nederland al jaren zaken met pr-bureau Lubbers & De Jong toen hij in 2004 door de toenmalige directeur om hulp werd gevraagd. Keijzer: “De vorige eigenaar deed alles zelf, van de boekhouding tot acquisitie en de operationele leiding. Bij hem liepen privé en zaken door elkaar. Met zo veel werk op zijn bord, merkte ik dat de inspiratie bij hem begon te tanen. Het was al vanaf het begin de bedoeling dat ik het bedrijf op den duur over zou nemen. Daarom heb ik de organisatie bedrijfsmatiger ingericht en er tegelijkertijd een bv van gemaakt.”

Sociale media

Behalve deze professionaliseringsslag heeft Keijzer ook eens goed gekeken naar wat het bedrijf de klant te bieden heeft. Niet in de laatste plaats doordat het pr-vak veranderd is met de komst van internet en nieuwe media. “Vroeger had je één medium, een bedrijf en lezers. Die zaken bracht je als pr-medewerker bij elkaar. Tegenwoordig hebben we een enorme diversiteit aan media. Niet alleen de bekende journalistiek onafhankelijke media, maar ook bloggers en bedrijven die eigen publicaties uitgeven. Als organisatie moeten wij onze rol vinden in die mediamix. Het is onze taak om de juiste balans te vinden tussen online en offline media, tussen traditionele en sociale

media en tussen beeld, geluid en tekst. Die integratie van nieuwe en sociale media is onontkoombaar.” Keijzer is zich ervan bewust dat hij hiervoor mensen zal moeten inschakelen. “Ik ben eigenlijk al te oud voor sociale media. Ik snap het wel, maar het is aangeleerd. Jonge mensen doorleven het echt. Daarom blijf ik mijn bedrijf verjongen. De mix tussen jonge mensen, maar ook tussen journalistieke en marketing-ervaring, maakt de organisatie succesvol. Nu leveren we echte inhoud. We zijn veranderd van een puur pr-bedrijf in een contentproducent voor onze klanten.”

Op het moment dat er meer nieuwe klanten werden binnengehaald, moesten er medewerkers worden aangenomen. Inmiddels werken er elf mensen bij Lubbers & De Jong, van wie zeven in vaste dienst en vier op freelancebasis. “Die mensen had ik niet van de een op de andere dag bij elkaar, dat is geleidelijk gegaan. Ik heb bewust de tijd genomen om een goed op elkaar afgestemd en ingespeeld team samen te stellen.”

Externe investeerders

Naast het aantrekken van jong personeel, trok Keijzer ook een externe investeerder aan. “Mijn eigen sterke punten ken ik wel en dat doe ik ook gewoon zelf. Maar voor de rest verzamel ik kundige mensen om me heen. Bij Lubbers & De Jong zijn we communicatief sterk, maar voor bijvoorbeeld

de bedrijfseconomische kant heb ik een externe investeerder aangetrokken. Hij kijkt eens per maand met ons naar de cijfers en nieuwe mogelijkheden.” En dat helpt. Een trotse Keijzer: “De omzet van het pr-bureau is de afgelopen jaren verviervoudigd. Maar dat komt niet alleen door die investeerder, hoor. We zijn ook op een andere manier met onze klanten omgegaan de afgelopen jaren. In de jaren negentig hoefde Lubbers & De Jong niet aan acquisitie te doen, de vraag was toen groter dan het aanbod. Dat is een luxepositie, maar met het barsten van de internetbubbel, kwam daar een einde aan. Toen bleek dat het lastig was om nieuwe klanten aan te trekken en bestaande opdrachtgevers te behouden.” Nu zijn er jaarlijks twee evenementen waarbij de klantrelatie wordt verstevigd. Ook wordt er binnen het bedrijf veel gedaan om de bestaande klanten tevreden te houden. Zij zijn immers ambassadeurs voor een onderneming. “Daardoor krijgen we nu veel business uit referenties. Het klinkt heel oubollig, maar het werkt echt.” ■

Wie Peter Keijzer (52)
Bedrijf pr-bureau Lubbers & De Jong
Branche ICT
Aantal medewerkers 11
Jaaromzet 1 miljoen euro



“Als pr-bureau moeten wij onze rol vinden in de mediamix”