

'Bedrijven en instellingen worden steeds meer een mediaorganisatie'

22-04-2016 07:49



Bedrijven, overheden en instellingen moeten zich steeds meer gaan gedragen als mediaorganisaties om effectief te communiceren met de buitenwereld.

Tijdens het ANP-congres Toekomstvisie op Contentstrategie, gisteren in De Balie in Amsterdam, bespraken mediaprofessionals en opiniemakers hoe organisaties het verhaal van hun merk op tijd, in de juiste vorm en technologie en via het juiste kanaal bij hun doelgroepen kunnen krijgen. "Het gaat hen ook om kijkcijfers en waardering", aldus dagvoorzitter Guido van Nispen, CEO van het ANP.

Voor het congres Toekomstvisie op Contentstrategie bracht het ANP 20 professionals uit media, communicatie en overheid aan tafel om met het publiek te bespreken wat succesvolle contentstrategieën zijn, nu en in de toekomst.

In vier panelsessies werd in detail ingegaan op contentstrategie: welke content stuur je de wereld in, wie maakt die content, welke technologie heb je nodig en hoe krijg je dat organisatorisch voor elkaar. Het zijn onderwerpen die dagelijkse kost zijn voor mediaorganisaties. Deelnemers aan de panelsessies waren onder anderen Barbara van Beukering, oprichter van PAPER, mediaondernemer Jan-Kees Emmer van Trusted Media, Sjoerd Raaijmakers, COO van Vice Media Benelux, Remco Dolstra, directeur communicatie bij het ministerie van Buitenlandse Zaken en Giselle van Cann, adjunct-hoofdredacteur NOS Nieuws.

Het is duidelijk dat hier kansen liggen voor de traditionele uitgeverij om hun specifieke expertises in dienst te stellen van bedrijven, overheden en instellingen die zelf niet goed weten hoe ze zich het best als mediabedrijf kunnen gedragen en wat er voor nodig is om een geslaagde content-strategie uit te rollen.