

Het nieuwe leven van ECI

11-10-2017 10:55

Van der Meulen is opgeleid als vertaler (Frans en Spaans) en dat leidde hem de uitgeefbranche in, als vertaler bij Time Life Books. Maar ook toen wist Van der Meulen al dat hij meer wilde dan vertalen, dus ging hij naast zijn werk marketingopleidingen doen. Hij ging werken bij Sanoma als marketeer. "Daar kwam ik er achter dat ik meer een direct marketeer was, dan een 'gewone' marketeer". Van der Meulen stapte over naar IMP, een Reader's Digest-achtige uitgeverij die verzamelwerken over alle mogelijke onderwerpen publiceerde.

Daarna werkte Van der Meulen ruim 7 jaar bij het Wereld Natuur Fonds met de doelstelling de grootste donateursorganisatie van Nederland te worden. "Ik stuurde bij het WNF de marketing aan en begon ook databasemarketing te professionaliseren. Ik deed inmiddels ook NIMA-C en schreef daarvoor een scriptie over een peuterclub, de WNF-Bamboe club. Dat werd een groot succes, we haalden binnen korte tijd 15.000 leden binnen". Van der Meulen won er zelfs de scriptieprijs mee.

Van het WNF ging Van der Meulen naar de Nationale Postcode Loterij, met afgelopen jaar 341 miljoen euro aan donaties aan maatschappelijke organisaties de grootste goededoelenloterij van ons land. Bij die loterij was hij drie jaar lang hoofd marketing en heeft zich daarna bezig gehouden met het opzetten van een nieuwe afdeling: behoud en intelligence. Ooit liet Van der Meulen zich ontvallen dat hij ECI wel interessant vond (ECI was inmiddels onderdeel van Novamedia). "en daar zit ik nu, als hoofd marketing & winkel", zegt hij lachend, "des te leuker sinds ik in mei van dit jaar gedebuteerd ben als schrijver van de roman Hertstranen

www.hertstranen.nl

"Hier ligt absoluut een uitdaging. Ik ben vooral een fact based marketeer en dat moet hier meer mee gebeuren. Nu zijn we nog teveel een online bedrijf met een offline-gedachte. Dat wil ik ombuigen".

Van der Meulen vindt ECI een interessante uitdaging: "het is een prachtig bedrijf met veel potentie, alles is eigenlijk in aanleg aanwezig, maar op dit moment is het helemaal nog net niet. BOL is sterker in sales en Hebban sterker in content. Er zeker nog een ruimte voor de online boekspecialist met veel originele content en een vloeiende klantreis. Wij willen het beste alternatief zijn na de traditionele boekhandel, want tegen persoonlijke verkoop kun je niet op.

Van der Meulen stelt dat de langzame teruggang van ECI als merk weer omgebogen moet worden. "We willen de missie van ECI: het lezen stimuleren op een inspirerende, persoonlijke en duurzame manier verder gaan laden. Ik heb hier allemaal boekenliefhebbers als collega, wat maar goed ook is, alleen dan kan je boeken verkopen."

Op inct.spiratie zal Van der Meulen de lessen die hij meeneemt van onder andere de Postcode Loterij doorvertalen naar de boekenmarkt.

Meer informatie en aanmelden:

inct.spiratie vindt plaats op 22 november 2017 in het WTC in Rotterdam.

Naast Jeroen van der Meulen zijn er nog vijf sprekers die u over de thema's Data strategieën (bij social media) en Customer Journey zullen bijpraten.

[Meer informatie](#)

[Direct Aanmelden](#)