

'Digitaal Vermogen' eerste audioboek op Spotify

07-01-2019 09:43



Business-hacker en oud-ID&T'er Denis Doeland lanceerde recent zijn nieuwe boek *Digitaal Vermogen, de kracht, macht en potentie*. In dit boek legt de voormalig ID&T-er uit waarom de relatie met klanten en fans van levensbelang is voor bedrijven en artiesten. Ook deelt hij tips hoe die relatie te optimaliseren valt. *Digitaal Vermogen* is sinds kort het eerste Nederlandse audioboek op Spotify.

Onder meer dj's Sam Feldt en Hardwell maken al gebruik van Doelands theorie. Andere cases uit het managementboek betreffen onder meer The New York Times, Talpa en Armin van Buuren.

Audioboek

Elke week verschijnen er twee hoofdstukken uit het boek op de streamingdienst: eentje op maandag en eentje op vrijdag. De teksten uit het boek worden ingesproken door Dave Albers. Inmiddels staan er 24 hoofdstukken op Spotify.

Denis Doeland: "Als growth-hacker zoek ik altijd naar nieuwe manieren om de fan-base van mijn opdrachtgevers te laten groeien. Zoals ik in mijn boek betoog, is het daarvoor nodig om alle relevante kanalen in te zetten. Zo valt er immers een relatie met fans en klanten op te bouwen. Daarom heb ik ervoor gekozen om de theorie uit het boek *Digitaal Vermogen* voor nog meer mensen bereikbaar te maken met dit gratis audioboek. Ik handel een beetje vanuit de open-source gedachte en wil zoveel mogelijk zo toegankelijk

mogelijk maken.”

De digitale versie van het boek van Doeland is dan ook online te bestellen, volgens het ‘pay what you want’-principe.

Over Digitaal Vermogen

Digitaal Vermogen, de kracht, macht en potentie van elke organisatie, is geschreven als handleiding om je business te ‘hacken’. Doeland wil de lezer helpen om bedrijfswaarde te vergroten, omzetten te verhogen en nieuwe verdienmodellen te ontwikkelen. Uitgangspunt hierbij is telkens de relatie-economie, een concept dat (net als de fanrelatie) uitgebreid aan bod komt in het boek.

De meeste voorbeelden in Digitaal Vermogen gaan over bedrijven, artiesten of merken in de sport-, media- en entertainmentindustrie, maar zijn vaak op allerlei industrieën van toepassing. Het boek is geschreven voor bedrijfseigenaren, directeuren en iedereen die verantwoordelijk is voor marketing, business development, verkoop of innovatie binnen een organisatie, merk of festival. Zie voor meer informatie: digitaalvermogen.nu.

Over Denis Doeland

Denis Doeland (Utrecht, 1971) startte de eerste muziekactiviteiten van ID&T en hield zich bezig met de exploitatie van intellectueel eigendom en de online-activiteiten van ID&T, Q-Dance en Sensation. Met zijn adviesbureau DDMCA helpt hij organisaties digitaal transformeren. Doeland is gastdocent bij diverse hogescholen en geeft gastcolleges aan verschillende universiteiten. Hij blogt voor blogs als Emerge, Marketingfacts, Adformatie, LiveScope, Sportnext, Digital Economics, Fast Moving Targets, Fanfiber, True en DJ Mag.