

Annette Reijersen van Buuren van CPNB is Communicatievrouw van het Jaar

21-06-2019 09:15



Annette Reijersen van Buuren, manager Merk, Marketing & Communicatie bij de Stichting CPNB, is verkozen tot Communicatievrouw van 2019. Na een uitgebreide selectieprocedure stond zij als winnaar op het podium tijdens C-day, het grootste eendaagse communicatiecongres van Europa.

"Als een bevlogen Hovenier heeft Annette Reijersen van Buuren gewerkt aan de ombouw van de CPNB. Ze heeft gesnoeid, gezaaid en water gegeven. Zij stuurde niet op marketingtools en -campagnes, maar richtte zich op een houding- en gedragsverandering om zo mensen aan het lezen te krijgen en te houden op de lange termijn", aldus juryvoorzitter Noud Bex.

Annette reageerde blij verrast op de bekendmaking: "Ik ben ontzettend trots! Dit is het ultieme bewijs van ruim 2 jaar samenwerken in het boekenvak, ja: een boek kan zoveel doen!"

Merkdenken in boekenvak

Vernieuwde communicatie in het boekenvak door Annette Reijersen van Buuren, manager Merk, Marketing & Communicatie bij de Stichting CPNB. Vanuit een liefde voor boeken en een oprechte intrinsieke motivatie, want (voor)lezen heeft een zeer grote impact op de maatschappij.

Annette introduceerde het 'merkdenken' in het boekenvak waarbij ze koos voor sturing op de lange termijn om mensen aan het lezen te krijgen én houden. Meer mensen laten lezen (en mensen meer laten lezen) vraagt om oprechte gedragsverandering. Communiceren vanuit een overkoepelende belofte, die appelleert aan waardes

die er toe doen voor de doelgroep, moet dit bewerkstelligen. Daarnaast koppelde zij de merkstrategie en het werken op basis van data en inzichten aan elkaar. Dat alles met succes, niet in de laatste plaats door partnerschappen met sponsors, fondsen, bureaus en mediapartners, zoals NS, TUI, NBD Biblion, De Persgroep, Vriendenloterij, Volkswagen en LINDA. Daardoor weet de CPNB een groter bereik te creëren voor de boodschap en wordt deze relevanter dankzij diverse content en storytelling onder andere op sociale media en online.

Stakeholdersmanagement heeft hierin ook een grote rol gespeeld. Alle veranderingen en innovaties heeft Annette bottom-up geïnitieerd door haar collega's, bestuur en overige stakeholders vanaf het begin mee te nemen (en draagvlak te creëren), door middel van projectgroepen en klankbordgroepen. Voor Annette is het grondig beargumenteren en onderbouwen van voorgestelde veranderingen, met behulp van merkportfolio-analyses, merkarchitectuuranalyses en rapportages, daarbij altijd een belangrijk onderdeel.

Eveline Aendekerk, directeur CPNB:

'Mijn collega's en ik zijn hier bij de Stichting CPNB ongelooflijk trots op Annette. Zij verdient deze titel als geen ander! Zij heeft met haar tomeloze energie en ervaring in het bouwen van succesvolle merken nieuwe manieren van werken en denken geïntroduceerd. Samen met haar, het boekenvak en vele (nieuwe) partners maken we zo met onze campagnes nog meer impact. Heel Nederland aan het lezen krijgen en houden, dat is daarbij ons doel want: een boek kan zoveel doen!'

Erna Staal, directeur-bestuurder Bibliotheek Gouda | De Chocoladefabriek en bestuursvoorzitter CPNB:

'Annette Reijersen van Buuren heeft de branche op stormachtige wijze veroverd, zij vernieuwde en innoveerde de communicatie in het gehele boekenvak. Uitgevers, boekhandelaren en bibliotheekdirecteuren voelen de werking van haar merkstrategie. Lezen en leesplezier zitten weer in de lift!'

Willem Albert Bol, Creative Director Persgroep Nederland:

'Annette is een echte verbinder. Zij zorgt dat verschillende partijen ook echt samen bouwen aan het doel van de CPNB. Omdat zij harde keuzes durft te maken, lukt het haar om zaken groter en impactvoller te maken. Zij prikkelt iedereen om nu weer een stap omhoog te maken. Een echte vakvrouw!'

Marieke Nijhoff, Hoofd Marketingcommunicatie NS:

'Sinds Annette is gestart bij de CPNB is onze relatie geïntensiveerd en is er weer nieuw elan in het sponsorship gekomen. Een stevige communicatievrouw, die graag in een goede samenwerking met partners tot gezamenlijke resultaten komt.'

Monique van Loon, Teamlead en Brand Manager TUI,

'Ik heb Annette leren kennen als vrouw met enorme energie en een groot merkhart. Annettes enthousiasme is erg aanstekelijk. De match tussen Zomerlezen en TUI was snel gemaakt. Annette is een echte ambassadeur voor het lezen van boeken, en een warme relatie-vrouw in hart en nieren.'

David Huijzer