

DELTA M E D I A



VISIE & MISSIE

Firm : Delta GBE
Delta Media
Adress : Hogeweg 15a
Code : 6621 BM Dreumel
Auteur : Rudy Deighton

Year : 2017

OVERZICHT



Delta Media GBE

Rudy Deighton

2017



Voorwoord

In dit overzicht treft u mijn visie betreft ' het vermarkten van online service producten'. De inhoud heeft betrekking op het lanceren van het basisconcept, het online service platform, ontwerpfase en de marketingstrategie van het uit te rollen corporate project van Delta Media GBE & partners.

Verder krijgt u globaal inzicht m.b.t. de core-business van Delta Media Online Corporate Service Platform, de digitale media activiteiten, de te gebruiken Newmedia tools, het Platform, Internet, tradionele marketing mogelijkheden en de inzet van het Social Media communicatiemiddel in de ruimste zin van het woord. Met als doelstelling om het online corporate service platform d.m.v. een unieke lancering, een business & marketingplatform aan te bieden met als doel op de toekomst gericht newbusiness & partners te genereren.

Rudy Deighton

Delta Media GBE



Managementsamenvatting

Er is sprake van harde concurrentie in de online mediabranche. Het steeds binnenhalen van nieuwe opdrachten is nodig om te blijven bestaan. Bij Delta Media is er absoluut geen sprake van relatief weinig of geen opdrachten in vergelijking met voorgaande jaren. Wel streeft Deighton naar grotere en nieuwe klanten, om andere wegen te ontdekken, prachtige kansen en service concepten onder te kunnen brengen. Echter, bij onze collega's is er duidelijk gebrek aan kennis op innovatie van nieuwe media producten en het aanboren van nieuwe potentiële markten. Welke media markt is interessant om te benaderen? En als er een media markt is geselecteerd, hoe moet deze markt benaderd worden? Het probleem van de concurrentie is dat men zich *alleen* maar bezig houdt met het verzorgen van oude bestaande producten, strategieën en methodes.

'Men probeert op een bepaalde manier in te spelen op een project behoefte of communicatievraagstuk bij een vooraf geselecteerde branche/bedrijf met als uiteindelijk "persoonlijke" doel het genereren van een opdracht vanuit het verkregen contact?'

Mijn mening is dat men zich altijd duidelijk moet onderscheiden, wat men ook maakt, biedt, doet, verkoopt of in welke branche men ook zit. Bij Delta Media vormt het ontwikkelen van "media concepten & producten" de basis van alle marketingactiviteiten voor ieder bedrijf, Delta media uniek marketing & service platform is het vertrekpunt voor iedere klant.

Vanaf het prille begin communiceert en informeert Deighton voornamelijk alleen maar met de eindbeslissers van een bedrijf. Opdrachten komen daarom vrijwel altijd vanuit de marketing afdeling nadat de ceo, dga of eigenaar zijn divisie heeft gewezen op de enorme toekomstmogelijkheden vanuit de media strategie & mogelijkheden van Delta Media.

Terwijl onze concurrenten grotendeels via hun adressenbestand, beurzen of via derden en het internet leads tracht te verzamelen. Selecteren onze klanten & verkregen leads op basis van hun behoefte namelijk : het behalen van marketing doelstellingen, promotie, PR , sales activiteiten & loyalty programma d.m.v. bijzondere digitale media producten. Waarbij de prijs/kwaliteitverhouding naast de verkregen ervaringen, media concept, opzet v/h project, inhoud, visie & missie belangrijke beslissingsfactoren vormen.

Investeren in een online service platform is daarom cruciaal en erg belangrijk in de toekomst voor bedrijven. Hulpmiddelen om het platform te promoten zijn het schrijven van persberichten, artikelen, nieuwsbrieven, deelnemen aan netwerk events en waarvan steeds meer sprake is: online netwerken (MSN, weblog, blogs, netwerkwebsites). Daarnaast is het internet een belangrijk communicatiemiddel om de juiste personen te bereiken evenals het zichtbaar zijn in branche gerelateerde media. Het netwerk- en communityplan vormt m.b.t. het vermarkten van een concept vandaag de belangrijkste tool.



Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1 Inleiding

- 1.1 Inleiding
- 1.2 Delta Media GBE
- 1.3 Positionering
- 1.4 Aard van de activiteiten

Hoofdstuk 2 Branding en haar omgeving

- 2.1 Interne analyse
- 2.2 Externe analyse
- 2.3 Trends en ontwikkelingen

Hoofdstuk 3 Deel 1 Eindconclusie

Delta Media Online Service Platform



Hoofdstuk 1 Inleiding

1.1 Inleiding corebusiness

Rudy Deighton is sinds 1981 gespecialiseerd in het ontwikkelen van online media concepten en producten voor de zakelijk markt en de overheid. Deighton is de algemeen directeur van Delta Media GBE. Het bedrijf Delta Media is gevestigd in Dreumel.

1.2 Delta Media GBE

Delta Media is een full-service marketing & media servicebureau dat zich richt op de retail, consument golfsector & *zakelijke markt*.

1.3 Positionering

Delta Media GBE onderscheidt zich van andere (zakelijke) marketing & servicebureaus met de unieke visie dat naast digitale media producten, branding de basis dient te zijn van een concept of project.

Delta Media GBE organiseert daarnaast online promotie, netwerk & bedrijfsevents en geeft daar een creatieve vertaalslag aan. Er wordt een uniek brandconcept ontworpen voor het bedrijf, wat ze precies willen overbrengen en dit wordt vertaald in een project en/of event. De pay-off van Delta Media GBE vermeldt het woord 'Media'. Hiermee wordt bedoeld dat zij op managementniveau met een bedrijf meedenkt over het te ontwerpen media concept of project als volwaardig digitale service, marketing & communicatietool partner. Waarbij de nieuwste technologieën worden ingezet als, Newmedia, Narrowcasting, Internet, online media platformen, RFID, Video Content, Flash Content, 3D, Digital Portals, Social Media, en de traditionele media modules. Dit is de belangrijkste fase op weg naar het behalen van de gewenste doelstellingen en een succesvol concept. Branding als basisconcept is het juiste platform als het gaat om de totale marketingcommunicatiemix van ieder bedrijf. Door de juiste creatieve invulling eraan te geven, ontvangt men de juiste resultaten voor een langer termijn.

De USP's van Delta Media GBE zijn: onderscheidend, uniek, hoogsegment, flexibiliteit, creativiteit, online platform, business partners en ruime ervaring met complexe organisatorische en logistieke trajecten.



1.4 Event activiteiten

Delta Media GBE organiseert verder o.a.; netwerk, product, golf & bedrijfsevenementen; onder bedrijfs-events verstaat zij een communicatie-uiting van bedrijven die één of meerdere van haar publieksgroepen wil informeren, motiveren, enthousiasmeren of bedanken. Deze uitingen kunnen variëren van een groot golf business of netwerk event tot een productintroductie en relatiemarketing bijeenkomsten.

In deze variëteit van diensten waakt Delta Media GBE er op elk moment voor dat het evenement in relatie staat tot de andere communicatie-uitingen van de opdrachtgever. Volgens Delta Media GBE is een golf of bedrijfsevenement niet een op zich zelfstaand, eenmalig iets, maar een (permanent) onderdeel van het brandconcept van de klant.

Een paar voorbeelden van evenementen dat Delta Media GBE heeft georganiseerd:

Naam evenement: KLM OPEN
Soort evenement: golf & netwerk evenement
Doel: Het ontwerpen, realiseren, coördineren en managen van de lancering van de nieuwe Business Club van Air France KLM. Doelstelling: het ontvangen van de belangrijkste Ceo, Dga, VIP, B.N.N. en bestuurders van nationale multinationals in een schitterende business lounge. Daarnaast het vermarkten van Air France KLM "Flying Blue Golf Club"

Naam evenement: Miljonair Fair 2008 t/m 2015
Soort evenement: Exclusief VIP / product evenement
Doel: Het ontwerpen, realiseren, coördineren en managen van de business club van divers multinationals tijdens de Miljonair fair. Doelstelling: het ontvangen van de belangrijkste Ceo, Dga, VIP, B.N.N. en bestuurders van nationale multinationals in een schitterende business lounge. Het vermarkten van de diensten & producten van de deelnemende business partners.

Naam evenement: Pitch&Putt Golf World Cup
Soort evenement: Wereldkampioenschap golf & business evenement
Doel: Het ontwerpen, realiseren, coördineren en managen van de business club van Pitch & Putt Golfbanen tijdens het WK. Doelstelling: het ontvangen van de belangrijkste Ceo, Dga, VIP, B.N.N. en bestuurders van nationale multinationals in een schitterende business lounge.



Hoofdstuk 2 Delta Media GBE en haar omgeving

2.1 Interne analyse

De interne analyse beschrijft de huidige situatie van Delta Media GBE. Waar staan we?

- SWOT-analyse

De SWOT analyse staat voor Strengths, Weaknesses, Opportunities en Threats. Het geeft een structuur om te beoordelen of de geanalyseerde sterke en zwakke punten aansluiten op relevante kansen en bedreigingen. Met de sterke punten van de organisatie kan Delta Media GBE inspringen op de kansen in de omgeving. Daarnaast is het de taak voor Delta om haar zwakke punten te verbeteren of om te buigen tot sterke punten en om te voorkomen dat kansen niet benut worden.

Sterkten

- Grote kennis van brand, marketing & community strategie.
- Het leveren van unieke brand, marketing & community concepten
- Het organiseren van golf business & netwerk events
- Online Corporate Service Platform Concept
- Groot netwerk van leveranciers (specialisten).
- Flexibel en betrokkenheid.
- Creatief.
- Korte communicatielijnen.
- Persoonlijke aandacht en interesse.
- Behoud van bestaande klanten (relatiemarketing).
- Prijsniveau zodanig dat daarmee te concurreren is.
- Hoog serviceniveau.
- Betrokken bij unieke exclusieve "major" evenementen

Zwakten

- Afhankelijkheid van de wereldeconomie.
- Succes afhankelijk van het weer (bij outdoor events).
- Verandering positie(contactpersoon) bij de opdrachtgever (continuïteit).
- Aandrijfsveer, Brand & Marketing specialist (Rudy Deighton) binnen Delta Media GBE



Kansen

- Benodigde budgetten zakelijke evenementen altijd aanwezig binnen de marketingdivisie.
- Groei van bedrijfsevenementen (ook: marketing & media service producten).
- Budgetten voor zakelijke evenementen gaan over het algemeen omhoog.
- Bedrijven wensen meer netwerk, business & personeelsevenementen.
- Huidig klantenbestand uitdiepen: kansen & mogelijkheden binnen eigen klantenkring.
- Besef bij klanten dat marketing en events onafscheidelijk van elkaar zijn.

Bedreigingen

- Veel veranderingen (consument & bedrijven wordt steeds onvoorspelbaarder).
- De trend dat de concurrentie ook van een marketing naar een branding oogpunt gaan kijken.
- Economie verslechtering: budgetten voor marketing gaan vaak als eerste naar beneden.

- *Positionering*

Binnen de marketingsector houdt Delta Media GBE zich tevens bezig met golf & business to business events. Bij dit soort evenementen staat informatieoverdracht grotendeels centraal. Delta Media GBE is een spanningpartner als het gaat om de totale branding & communicatiemix van een bedrijf. Delta Media GBE ziet een project/evenement als een volwaardig onderdeel van het brandconcept. Zij heeft de kennis en ervaring om voor het gehele traject een strategisch brandconcept te ontwikkelen en deze uit te voeren, van brainstorm tot uitvoering en vervolgtraject.

Delta Media GBE is een kleine, snelle & flexibele organisatie, welke zich wil onderscheiden van de andere marketing & online servicebureaus met de strakke visie dat een digitale media product een onderdeel vormt van het totale promotie & brandconcept speciaal ontworpen voor de klant.

- *Missie & visie*

De missie vormt het ontwerpen, bouwen en realiseren van een uniek online brand & marketing concept - de Delta Media Online Platform - waarbij de producten en einddoel van de klant centraal staat in het project.

De visie is door het inzetten van een uniek brandconcept alle doelstellingen op media service, marketing, pr, loyalty & sales van de klant te realiseren. Waarbij Crossmedia, Newmedia, een event concept, presentaties, coordinatie en het managent slecht enkele onderdelen van het brandconcept vormen .

Missie:

"Het op gespecialiseerde wijze ontplooiën van doelgerichte activiteiten binnen het brandconcept, met als kern marketing, strategie, promotie, realiseren, netwerken, loyalty & koesteren."



Visie:

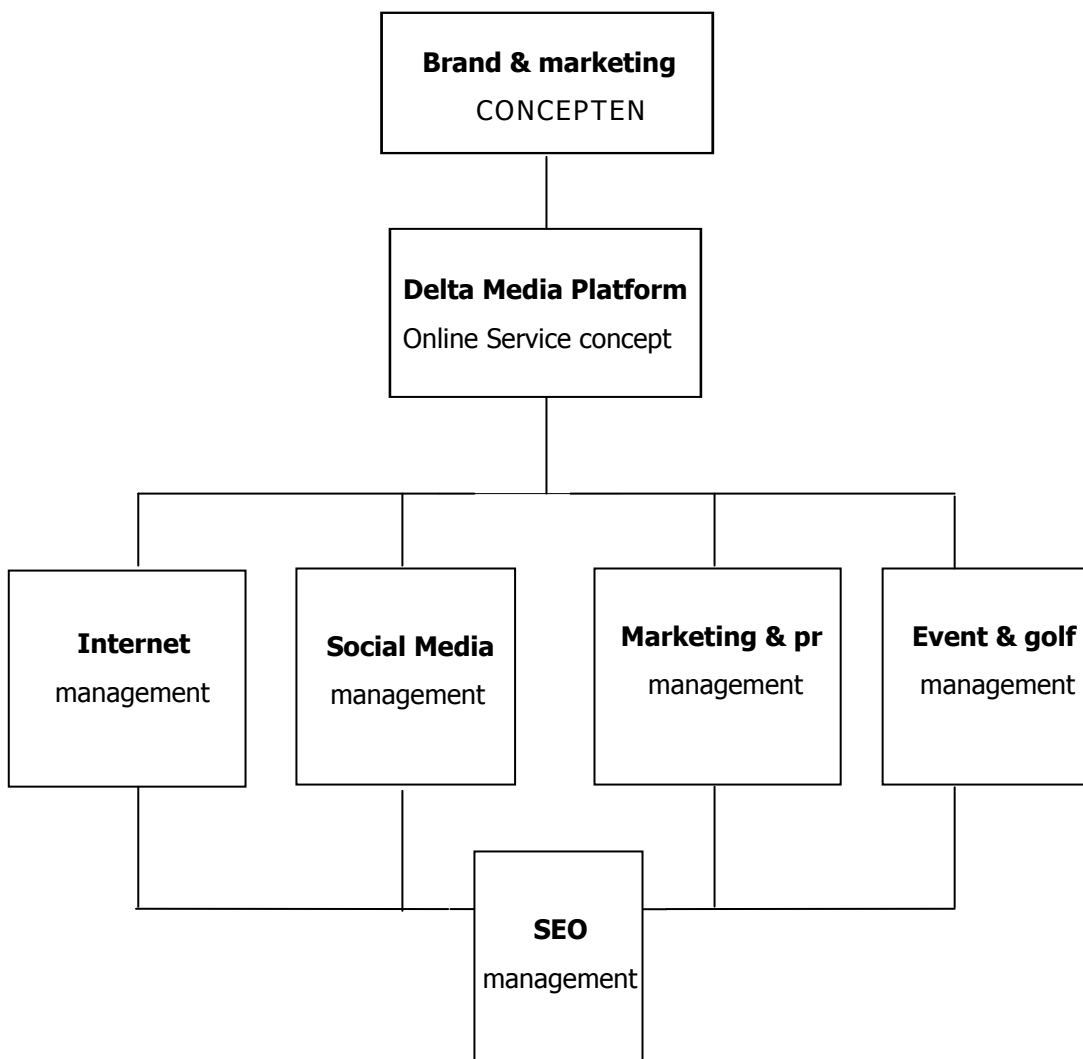
"Ieder online digitale media product of project is een geïntegreerd onderdeel van het brandconcept en wordt als zodanig herkend door zowel opdrachtgever als de gasten."

- Aard van de activiteiten

Delta Media GBE organiseert golf, automotive & bedrijfsevenementen; onder deze evenementen verstaat zij een brand, marketing & communicatie-uiting van bedrijven die één of meerdere van haar klanten , publieksgroepen wil koesteren, informeren, motiveren, enthousiasmeren of bedanken.

- Organisationschema

Delta Media GBE bestaat uit de volgende Crossmedia modules. Vanuit de modules werkt Delta Media GBE nauw samen met verschillende gespecialiseerde business & project partners.





- Dienstenpakket

Delta Media GBE omschrijft haar dienstenpakket als het in opdracht bedenken, produceren en regisseren van media service, marketing & bedrijfsprojecten vanuit een branding perspectief. Tevens geeft Delta Media GBE haar opdrachtgevers de mogelijkheid om van één van deze diensten gebruik te maken, Delta Media GBE wordt dus soms ook slechts voor een gedeelte van het brandingconcept ingeschakeld.

In de visie van het brandconcept moet specialistisch werk m.b.t. een project overgelaten worden aan business & project partners die zich hierin hebben gespecialiseerd. Delta Media GBE heeft daarbij verschillende business partners & een grootschalig netwerk als het gaat om leveranciers die kunnen bijdragen aan de ontwikkeling van het evenement. Voorbeelden van leveranciers zijn hosting, webdesign, golfpro's, golfbanen, cateraars, eventfaciliteiten op locaties, techniek en designbedrijven, maar ook video & communicatiebureaus.

Delta Media GBE coördineert voor, tijdens en na een project de uitvoerende specialisten en zorgt ervoor dat alle losse onderdelen één samenhangend geheel vormen.

- Core-business

Met core-business bedoelt men de kernactiviteiten van de onderneming: de activiteiten waaraan de onderneming haar bestaansrecht aan ontleent.

Core-business:

"Het in opdracht bedenken, produceren, regisseren en realiseren van online media platformen, brand & marketing concepten en golf, business & netwerk events."

Het is duidelijk dat Delta Media GBE haar bestaansrecht ontleent aan deze core-business; zonder deze activiteiten zou Delta Media GBE niet bestaan, laat staan haar continuïteit kunnen waarborgen. Alle andere activiteiten die Delta Media GBE onderneemt staan in dienst van deze core-business of zijn er direct aan gelieerd.



- Organisatiecultuur.

De cultuur van Delta Media GBE is gerelateerd aan de visie en bedrijfscultuur van Rudy Deighton. De bedrijfscultuur is een no-nonsense bedrijfscultuur. Rudy Deighton is 30 jaar geleden met partners begonnen als een marketing-bedrijf, voortgevloeid uit pure ervaringen. Delta Media GBE is een vrij open bedrijf, nieuwkomers zullen zich er snel thuis voelen. Deze cultuur biedt voldoende ruimte voor een dialoog tussen medewerkers en leidinggevenden. Binnen het bedrijf heerst een informele sfeer, maar naar klanten wordt dit meteen omgezet naar een formele sfeer.

- Huisstijl

De huisstijl van Delta Media GBE bestaat uit opvallende frisse, moderne en eigentijdse kleuren en een Newmedia logo. Het imago van Delta Media GBE komt overeen met de hightech en communitybeeld. Visualisatie wordt in de communicatie-uitingen grotendeels gebruikt.

Diverse digitale screen met verschillende content, wordt gebruikt als beeldmerk. Dit logo kom je dan ook tegen op de visitekaartjes, draaiboeken en in de verschillende voorstellen die worden geschreven. Delta Media GBE denkt op managementniveau met bedrijven mee over het inzetten van een brandconcept, golf- of businesssevenement, om op die manier aansluiting bij overige marketingcommunicatie-uitingen te vinden.

Met het managen van een project wordt bedoeld dat alles tot in de puntjes wordt geregeld, over alle zaken die betrekking hebben op het evenement of project zijn duidelijk afspraken gemaakt met zowel de opdrachtgever, projectpartners als leveranciers.

De communicatie van de werknemers valt ook onder de huisstijl. Alle schriftelijke communicatie gaat op formele toon. Als er een langere relatie is opgebouwd met een klant, dan is de toon wat informeler, maar ook dan blijft het zakelijk. Bij mondelinge communicatie is het moeilijk een manier te hanteren. Ondanks dat iedereen zijn eigen manier hierin heeft gevonden, blijft het zakelijk.



2.2 Externe analyse

De externe analyse beschrijft de ontwikkelingen die relevant zijn voor Delta Media GBE die zich in de omgeving van het bedrijf voortdoen. Wat gebeurt er om ons heen. Aangezien Delta Media GBE uitsluitend zakelijke concepten & projecten ontwerp en evenementen organiseert wordt hier de businessmarkt bedoeld.

2.2.1 Omgevingsanalyse

Hieronder wordt de omgeving van Delta Media GBE in kaart gebracht.

- De geografische omgeving

De omgeving van Delta Media GBE bestaat uit de gehele markt waarbinnen zij opereert en in principe is dat wereldwijd. Delta Media GBE heeft voor bepaalde klanten uit Nederland concepten ontworpen op internationaal niveau, maar in principe richten zij zich op Nederlandse bedrijven met een global werkgebied.

- De marktomgeving

De marktomgeving van Delta Media GBE is te verdelen in:

1. De klanten, voorbeeld:
 - Air France KLM
 - AGV Invest
 - Flying Blue Golf
 - Miljonair Fair
 - Verenigde Emiraten
 - Zuid Afrika

2. De concurrenten, voorbeeld:
 - Marketingburo' s
 - Eventburo' s
 - Reklameburo' s
 - Management & organisatieburo' s

3. Golf brancheorganisaties:
 - NGF (Nederlands Golf Federatie)
 - GTN (Golf Team Nederland)
 - PGA



Vewachtte invloed op de marketing & online industriebranche?

De doelgroepsamenstelling van het bedrijf verandert, dit zal niet specifiek invloed hebben op de webontwikkeling en uitvoering, maar wel op de inhoud van activiteiten. Online projecten en activiteiten zullen meer georganiseerd worden voor de eigen concepten en specifieke doelgroepen en business partners.

Regulerende ontwikkelingen

Hier worden ook wel de ontwikkelingen van de overheid onder verstaan. De overheid stelt regels op en neemt belangrijke beslissingen die eventuele gevolgen kunnen hebben voor het bedrijf. Er komen steeds meer regels die invloed hebben op de inzet van online activiteiten en events. Minister Koenders heeft recent bijvoorbeeld een aanbestedingsbeleid opgelegd voor events, hier was de branchevereniging voor Events (IDEA) het niet mee eens.

Ook het milieu wordt steeds belangrijker, hier moet steeds meer rekening mee worden gehouden. Er komen hier steeds meer regels en wetten voor, Delta Media GBE zal zich hieraan moeten houden. Als dit wordt negeert kan er een hoge boete worden verwacht.

Economische ontwikkelingen

De wereldbevolking gaat hard groeien, in het bijzonder de Aziatische landen. In Europa zal de bevolking juist gaan krimpen en vergrijzen. Deze verhoudingen leiden tot een nieuwe economische wereldorde: in de toekomst is meer dan de helft van de supermachten afkomstig uit Azië. Dit heeft gevolgen voor de bedrijven, omdat de grootste economische groeicijfers naar de Aziatische landen gaan. De Nederlandse bedrijven worden overgenomen door deze supermachten. Nederland wordt een 'slaapland', dit betekent dat meer dan de helft van de beroepsbevolking niet werkt. De mensen die wel werken in dit slaapland, zullen wonen en werken combineren waardoor hun mobiliteit verandert.

De markt voor online & zakelijke activiteiten zal alleen maar enorm groeien, de mensen willen elkaar immers ontmoeten.

'Echter, de economische groei is nog niet over haar hoogtepunt heen en in 2018 zal de economie harder gaan stijgen', economische groei wordt wel verwacht vanaf 2016. De groei zal in 2017 volledig in de zwarte cijfers bedragen tegenover 2,8% in 2008-2015. De laatste 2 jaren van de Nederlandse Economie zijn wel bovendrend goed te noemen. De economische ontwikkeling van Nederland volgt de Europese ontwikkeling op de voet. Er zijn anno 2016 echter wel veel risico's, zoals de onrust op de financiële markten in Europa. De enorme recessie, terroristische aanvallen wereldwijd en tegenvallende winkelresultaten vormen het gesprek van de dag. Consumenten blijven echter wel consumeren, ondanks de daling van het consumentenvertrouwen. De economische factoren hebben geen belangrijke invloed op Delta Media GBE.



Mede door de afgelopen economische crisis wordt er in de zakelijke sector wel goed overwogen wat er met het marketingbudget gedaan wordt. Bij tijden van recessie zijn bedrijven snel geneigd te bezuinigen op events & sponsoring, maar niet op projecten, marketing & PR. Dit is een belangrijk punt voor een bedrijf als Delta Media GBE, dat zich richt op online marketing, golf & bedrijfsevenementen en projecten.

Technologische ontwikkelingen

De laatste decennia wordt de Westerse wereld overspoeld met diverse technologische ontwikkelingen. Er zijn veel innovaties op het gebied van digitalisering, telecommunicatie, internet, vial content, mobiel, Social Media platformen. Voor concepten die gericht zijn op de business markt en waar kennisoverdracht een belangrijke rol speelt, is de technologie erg belangrijk. Dit heeft gevolgen voor de productieprocessen en de nieuwe producten die steeds op de markt komen.

Marketingbedrijven moeten met deze nieuwste technologie "NewMedia" meegaan voor o.a. de productie en marketing van producten, evenementen en projecten.

Bedrijven zijn sneller en beter te bereiken. Het gevolg is dat de communicatie sneller verloopt en bedrijven sneller moeten reageren op bepaalde gebeurtenissen. (Community)

Tegenwoordig kun je ook werken waar en wanneer je wilt. Door de toenemende draadloze verbindingen is het mogelijk dat werknemers thuis in kunnen loggen op hun bedrijfscomputer.

Dit betekent een grotere productiviteit en flexibiliteit.

Delta Media GBE is gespecialiseerd in "NewMedia" technologie o.a.; Internet, Viral marketing, online Platformen, Social Media & Community concepten, SEO, E-commerce & websites, etc..

Sociale ontwikkelingen: Social Media Strategie

Steeds meer mensen gaan online om deel te nemen aan sociale netwerken. Enkele voorbeelden zijn: Instagram, Weblogs, Twitter, RSS, SnapChat, Youtube, LinkedIn en Facebook. De toenemende populariteit van internet (interactieve omgevingen) om met in elkaar in contact te komen is niet te ontkennen. Deze manier van netwerken kan natuurlijk ook bedoeld zijn om zakelijke contacten op te bouwen. Door de toenemende draadloze verbindingen kan men overal en op elk tijdstip met elkaar in contact treden. Het individu wordt steeds belangrijker, de maatschappij wordt steeds meer geïndividualiseerd. Dit proces is al sinds jaren in de Westerse samenleving gaande. Individualisme is wel eens beschreven als het proces waarbij de vroegere traditionele verbanden als buurt, dorp, klasse, gezin en kerk gaandeweg hun functie verliezen en de enkeling steeds meer in het centrum aanwezig is. Tegen individualisering is niks te doen, het is te vergelijken met zonsondergang of regen.



De consument vraagt naar steeds meer gemak, men went aan luxe en wil hier dan ook niet op achteruit gaan. Tevens verlangt de consument steeds meer zijn/haar mening en inbreng te kunnen geven. Interactie wordt tijdens evenementen een steeds gangbare manier om informatie over te dragen. Consumenten willen persoonlijk benaderd worden en krijgen op deze manier gelijk meer feeling met de dienst of product. Men loopt niet meer met de massa mee maar de consument heeft een sterke eigen mening gecreëerd in deze maatschappij en wil deze ook laten horen.

2.2.2 Concurrenten

De marketing & online businesssector is de afgelopen jaren op alle fronten sterk gegroeid. Er zijn veel bedrijven die zich direct of zijdelings bezighouden met de organisatie van online zakelijke projecten & activiteiten. Er ongeveer 600 online marketingbureaus in Nederland die zich fulltime bezig houden met de organisatie van zakelijke activiteiten/projecten, waarbij slechts enkele buro's tevens gespecialiseerd zijn in het leveren van online marketing. Daarnaast zijn er vele duizenden bedrijven actief met specifiek het realiseren van marketings & identiteit projecten.

Het grote aanbod zorgt ervoor dat de markt ondoorzichtig is, waardoor het voor (potentiële) opdrachtgevers niet duidelijk is welke aanbieder welke producten/diensten levert. Voor aanbieders in de markt is het daarnaast onduidelijk welke aanbieders exact de primaire concurrentie vormen. 'Marketingbureaus moeten zich blijven onderscheiden van haar concurrenten. Het is belangrijk dat een bedrijf zich onderscheidt d.m.v. haar dienst of op het juiste moment inspringt op de veranderende ontwikkelingen in de markt'.

De concurrenten van Delta Media GBE kunnen worden onderverdeeld in primaire en secundaire concurrenten. Primaire concurrenten leveren in de ogen van de afnemer dezelfde diensten. Delta Media GBE ziet haar concurrenten als de bedrijven die dezelfde core-business hebben. Delta Media GBE ziet haar concurrenten daarom ook nooit bij pitches terug. Secundaire concurrenten zijn tevens actief op de Web & online platform markt, maar kennen een andere core-business. Tot op heden vormt Delta Media GBE de eenzame top wanneer het gaat om het leveren van online brandconcepten aan de niche & business sector.



2.2.3 De markt

De marketing & online web promotie is een enorm brede markt. Aangezien Delta Media GBE werkzaam is in de organisatie van zakelijke projecten zal hier uitsluitend op worden ingegaan.

De zakelijkemarkt zat sinds de economische recessie (2008) in zwaar weer, in het bijzonder de productpresentaties en beurzen. Sinds half 2015 trekt de markt gelukkig weer aan en heeft de markt zich in rap tempo geprofessionaliseerd.

Tussen 2014 en 2017 is de markt voor bedrijfsevenementen met 15% gegroeid en is in 2015 circa 570 miljoen euro uitgegeven aan zakelijke evenementen. Deze groei is sinds 2016 stijgende. Het laatste kwartaal van 2016 en de economische groei van 2017 waar we nu in zitten vormen voor het bedrijfsleven in Nederland en Europa een enorm voordeel. Ook Delta Media GBE heeft juist voordeel bij deze economische groei m.b.t. het bedrijfsleven. Doordat de nieuwe online corporate service van Delta Media GBE gebaseerd is op het leveren van online corporate media service producten, waaruit marketing & Pr, en promotie weer parallel voortvloeit vanuit een solide en goed onderbouwde marketingvisie & strategie.

Kortom: wanneer het goed gaat met een bedrijf heeft men interesse, ruimte en de financiële middelen om een brandconcept in te zetten voor de komende jaren. En in slechte omstandigheden heeft men digitale media service producten en een brand concept hard nodig.

U kunt het vergelijken als "eten", recessie, economische crisis, oorlog, goede tijden of vrede, de mens moet altijd eten.

Verder is uit onderzoek gebleken dat het grote deel van de bestedingen afkomstig is van de grote bedrijven met meer dan 500 werknemers. Precies de doelgroep waarvoor Delta Media GBE werkt, en die slechte tijden of diepte punten opvangen door meer branding toe te passen op hun totaal strategie.

2.3 Trends en ontwikkelingen

Door op de hoogte te blijven van de huidige trends en ontwikkelingen en daarop in te spelen kan een bedrijf zich ontwikkelen en onderscheiden van concurrenten. Een aantal trends en ontwikkelingen:

- Er is al een geruime tijd sprake dat marketing & online webbureaus niet meer door een (marketing)communicatiebril moeten gaan kijken, maar door een belevingsbril. Hier komen termen als brandexperience, feel marketing/geurmarketing en community naar voren. Het gaat hier om het feit dat de bezoeker geraakt wordt op emotioneel niveau (emotiemarkt). Hij of zij moet er een belevens aan over houden.
- De markt wordt steeds ondoorzichtiger en evenementenbureaus moeten USP's creëren om zich te onderscheiden van de concurrent. Tevens is het belangrijk om je naam dikwijls naar



buiten te brengen d.m.v. betrokkenheid bij belangrijke events, om je naam voortdurend in de belangstelling te krijgen van opdrachtgevers,' .

- Onderscheid, conceptueel en de inhoud van events worden steeds belangrijker. Grote events zijn vrijwel niet aanwezig in Nederland, wat de aanwezigheid van kleinschalige en intieme events verklaard.
- Opdrachtgevers hebben veel meer keus om te kiezen uit marketing & evenementenbureaus en nemen ook de tijd om zich te oriënteren over de keus van een bureau.
- Meer mensen gaan een eigen bureau starten en steeds meer bedrijven bundelen hun krachten.
- 'Groenere' meetings, milieubewuste accommodaties en bedrijven zijn bewuster bezig zijn met Corporate Social Responsibility. De vraag naar duurzame/groene events neemt toe, aangezien meer bedrijven duurzaamheid in woord en daad belijden. Dit betekent een omslag naar maatschappelijk verantwoorde events in de branche.
- Locatie van internationale meetings. Meer en meer organisatoren kiezen voor 'dichter bij huis', zowel in de USA als in Europa. Hier zijn twee mogelijke oorzaken voor: de aanhoudende bezorgdheid voor terroristische aanslagen en de druk op budgetten.
- Bedrijven gaan in de toekomst op zoek naar een doelgroep die eigen 'tribes' of 'stammen' gaan vormen. Deze leden van de stam hebben een eigen kenmerk (leeftijd, interesse). Bedrijven zullen zich meer specifiek moeten richten op deze zogenoemde tribes. Er zal goed naar de kenmerken van de verschillende stammen moeten worden gekeken.
- Social Media (communities) is de oplossing voor een verantwoord marketingstrategie.

Hoofdstuk 3 Eindconclusie

Het belang van corporate media services & online branding neemt enorm toe.

'In de overschotmaatschappij is er een overschot aan bedrijven die op elkaar lijken, die mensen in dienst hebben die op elkaar lijken met een vergelijkbare opleidingsachtergrond en vergelijkbare banen, die met ideeën komen die op elkaar lijken en dingen produceren die op elkaar lijken met vergelijkbare *prijzen en van een vergelijkbare kwaliteit.*'

Delta Media GBE onderscheidt zich op alle fronten en biedt de niche & zakelijke sector diverse oplossingen d.m.v. het bieden van een uniek online platform voor al hun doelstellingen aan.