

Photoshop alleen nog maar in de cloud

Adobe gaat stoppen met de losse verkoop van Photoshop en andere creatieve softwareprogramma's die deel uitmaken van de Creative Suite. In plaats daarvan zet de softwaregigant alles in op de Creative Cloud. Sinds jaar en dag is Adobe marktleider op het gebied van grafische toepassingen. Zo is Photoshop een begrip in de grafische wereld. Adobe verkoopt het fotobewerkingsprogramma als onderdeel van de Creative Suite. Tot die suite behoren verder onder meer Adobe Illustrator, InDesign en Premiere.

Verandering

Maar als u veel met deze programma's werkt, staat u een verandering te wachten. Adobe zal alle onderdelen van de Creative Suite voortaan alleen nog maar in de cloud aanbieden als onderdeel van de Creative Cloud. U kunt een abonnement nemen op een losse toepassing of op de hele suite. Gedurende de looptijd van het abonnement kunt u de toepassingen waarop u geabonneerd bent downloaden en ook offline gebruiken.

Advertenties nog beter richten met AdWords

Relevantie is koning bij Google AdWords. Hoe relevanter de advertentie is die u internetters voorschotelt, hoe groter de kans dat ze erop klikken. Als u gebruikmaakt van AdWords, heeft u vast wel eens van 'remarketing' gehoord. Dat is het voorschotelen van advertenties aan internetters die (bepaalde pagina's op) uw website al eens hebben bezocht. Dat kon alleen bij advertenties op websites in het Google Display Network. Maar sinds een poosje is remarketing ook beschikbaar binnen AdWords voor Google zoeken.

Voorschotelen

Het loont zeker de moeite om te kijken of deze optie voor uw campagnes interessant is! Dankzij deze optie kunt u advertenties op de zoekpagina van Google nog specifiek richten op een doelgroep. Zo kunt u zoekers die uw site al eens bezocht hebben een andere advertentie voorschotelen dan zoekers die uw site niet kennen. Ook kunt u bijvoorbeeld adverteren bij meer generieke zoektermen, mits de zoekers al eens een kijkje heeft genomen op uw website. U weet dan immers dat hij op z'n minst geïnteresseerd is.

Alstublieft, hier heeft u een huis!

U onderhoudt graag warme banden met uw klanten en leveranciers. Zo denken de andere partijen er ook over, dus af en toe komen er geschenken uw kant op om de relatie te bestendigen. Aan een balpennetje of stropdas zal niemand zich een buil vallen. Maar de relatie kan ook té innig worden, en dan kan het problemen opleveren. Wanneer zijn relatiegeschenken buitensporig, en wat kan uw bedrijf hiertegen doen?

Het is een oud ritueel: het uitdelen van relatiegeschenken. De meeste bedrijven geven iets kleins met een persoonlijk tintje, zoals een (al dan niet gepersonaliseerde) balpen of stropdas. Maar er zijn ook bedrijven die diep in de buidel tasten en u en uw collega's trakteren op flessen peperdure rode wijn of een theatervoorstelling mét chique diner. Een geschenk is natuurlijk een mooi gebaar om de relatie te verstevigen, maar waar houdt een mooi gebaar op en begint afhankelijkheid? De ethische kant van relatiegeschenken is nog best een lastige kwestie. Hoe moet uw bedrijf omgaan met buitenissige geschenken? En als u leiding geeft aan een sales- of marketingteam: wat zegt u hierover tegen uw medewerkers?

Fluitje

Uit de praktijk blijkt dat een bedrijf niet altijd blindelings kan vertrouwen op het beoordelingsvermogen van werknemers. Uw bedrijf moet dan ook een helder protocol opstellen waarin staat wat wel en niet is toegestaan, hoe controle plaatsvindt en dat uw bedrijf zo nodig sancties kan opleggen.

Een protocol is uiteraard belangrijk, maar de naleving ervan valt of staat met de openheid van werknemers. Gulle gevers zijn namelijk ook steeds creatiever geworden in het omzeilen van het beleid. Als medewerkers geen relatiegeschenken op kantoor mogen aannemen, vindt men wel een andere oplossing. Zo vragen relaties bijvoorbeeld soms privéadressen op als het uitwisselen van geschenken op kantoor niet is toegestaan. Zeker als de telefoniste niet goed is geïnstrueerd, is dit een fluitje van een cent. Een vergadering afsluiten op de parkeerplaats en dan het presentje van kofferbak laten wisselen, is ook zo'n 'creatieve' oplossing.

Open

Bij de introductie van een protocol moet dan ook aandacht worden geschonken aan integriteit in het algemeen. Werknemers moeten het gevoel hebben dat er binnen uw bedrijf een open cultuur is waar het al dan niet accepteren van geschenken – vooral in grensgevallen – bespreekbaar is. Ze moeten bijvoorbeeld melding





van durven maken als een slinkse relatie toch op hun huisadres een presentje laat bezorgen. Ook is het een goed idee om uw zakenrelaties te informeren over het protocol dat in uw bedrijf geldt met betrekking tot het ontvangen van geschenken. Zo kunt u het geven van exorbitante giften in de kiem smoren.

Sommige organisaties hebben als strategie dat zij een relatiegeschenk altijd weigeren of terugsturen. Als u internationaal zaken doet, kan dit echter tot problemen leiden. Er zijn namelijk grote verschillen tussen de diverse nationaliteiten als het gaat om het ontvangen en weggeven van relatiegeschenken. Een presentje weigeren of zelfs terugsturen kan een zakelijke relatie grote schade toebrengen.

Leuk

Als u ervoor kiest om (bepaalde) geschenken in dank te aanvaarden, kan er oneerlijkheid ontstaan. Sommige werknemers hebben nu eenmaal meer zakelijke contacten dan andere. De presentjes op de eigen afdeling verdelen, is een optie. Maar de ene afdeling heeft veel externe contacten en de andere geen. Ook dat zou tot scheve ogen kunnen leiden.

Een oplossing kan zijn om alle ontvangen relatiegeschenken centraal in te zamelen. Als u ze allemaal bewaart en tijdens een borrel onder alle medewerkers verloot, maakt u het meteen tot een leuk evenement. En mocht u in de loop van het jaar nog andere leuke gadgets hebben gekregen of relatiegeschenken over hebben die u zelf heeft uitgedeeld, dan kunt u die aan de verloting toevoegen. Drie zaken waaraan u in ieder geval moet denken bij het aan nemen van geschenken:

- U mag door het ontvangen van een gift niet uw onpartijdigheid verliezen. Dit kan dus een reden zijn om een relatiegeschenk te weigeren (en terug te sturen).
- Uw bedrijf kan ook afspreken dat werknemers het moeten melden als een geschenk een bepaalde waarde overtreft.
- Het goede oplossing is om giften aan werknemers te beschouwen als geschenken aan uw hele bedrijf. Zorg dan voor een systeem waarbij geschenken eerlijk verloot worden.

*Simon Troost, AdviceSelect, tel.: (023) 557 46 78,
e-mail: info@adviceselect.nl, www.adviceselect.nl*

U bent wel héél gevoelig!

Sommige afdelingen of medewerkers worden meer blootgesteld aan het krijgen van relatiegeschenken dan anderen. Denk bijvoorbeeld aan inkoopafdelingen. Maar er zijn ook functies waar een 'onberispelijke' integriteit wordt verwacht. Voor dit soort 'risicovolle' functies moet uw bedrijf eigenlijk extra regels opstellen.

Aantal internetters in Nederland groeit verder

Internet is alomtegenwoordig in Nederland. Van alle Nederlanders van 13 jaar en ouder heeft 92% thuis toegang tot het wereldwijde web, een stijging van 2% ten opzichte van een jaar geleden. Dat blijkt uit de Media Standaard Survey 2012 van TNS-NIPO. Uit het onderzoek komen nog meer interessante cijfers naar voren.

Praktisch

Zo is het aantal Nederlanders dat daadwerkelijk internet gebruikt inmiddels gegroeid tot 12,5 miljoen. Ook dat is 2% meer ten opzichte van vorig jaar. De stijging is vooral te danken aan een aantal specifieke groepen. Het gaat om vrouwen, vijftigplussers en lager opgeleiden. Jongeren gebruikten internet al veelvuldig. Van de jongeren en mensen tussen de 25 en 49 jaar gebruikt praktisch iedereen internet. Gemiddeld surfen Nederlandse internetters 11 uur per week op het web. Dat doen ze niet alleen met personal computers. 20,1% van de surfers gebruikte in 2012 een tablet. Dat is meer dan een verdubbeling ten opzichte van een jaar eerder. Ook het smartphonegebruik stijgt nog steeds.

Uitvoering Cookiewet kent grote verschillen

Een peiling op een congres door brancheverenigingen BVA (Bond van Adverteerders) en IAB (Interactive Advertising Bureau) naar het gebruik van cookiewaarschuwingen leverde het volgende beeld op. 19% van de aanwezigen op het congres paste pop-ups toe die je kunt wegklikken. Een niet-wegklikbare pop-up viel in de smaak bij 15%. Een even groot percentage zag meer in de informatiebalk die je kunt wegklikken.

Extreem

De meest extreme vorm van uitvoering geven aan de Cookiewet was te vinden bij 4%: zij wierpen de Cookie-muur op, waarbij toegang tot de site wordt geweigerd als je geen cookies accepteert.

Al met al voldeed 78% van de deelnemers aan de peiling aan de eisen uit de Cookiewet. Van degenen die analytische cookies plaatsen, voldeed volgens de peiling 66% aan de eis om toestemming te vragen, terwijl 33% hier niet of niet geheel aan voldoet.

Marketing Rendement

Dit artikel wordt u aangeboden door Marketing Rendement

Marketing Rendement is een nieuws- en adviesmagazine over marketing, sales en communicatie. De insteek is: geen glossy magazine met veel advertenties. Maar wel een blad dat met beide benen op de grond staat. Marketing Rendement biedt gewoon praktische informatie waar de lezer daadwerkelijk iets aan heeft in zijn dagelijks werk. Gericht op kostenbesparing. Gericht op snel en efficiënt werken. Gericht op tips en adviezen voor een betere persoonlijke performance. Met veel aandacht voor loopbaan en beloning.

Marketing Rendement onderscheidt zich door:

- Beknopte artikelen met veel tips die de lezer direct in de dagelijkse praktijk kan gebruiken;
- Elke keer een gedegen vergelijkend warenonderzoek waar dienstverleners op prijs en kwaliteit worden vergeleken;
- Veel kort nieuws;
- Interactieve, persoonlijke e-mailservice met nieuwe vacatures, sites, congressen en publicaties.

Meer informatie op: www.rendement.nl/marketing

Voordelig proefabonnement aanvragen? www.rendement.nl/marketing/abonneren

