



nr 96 de la Chaussée de Charleroi à Saint-Gilles.

discours graphiques, de créer des photos. Deux concepteurs en collaboration avec le studio. Tout n'est pas avoir à faire appel à un sort d'ici est signé Shake. Nous nous ressentons et aimons." "i comme des artisans, à longs, nous recommandons jusqu'à Il y a en outre ici une implication pas de porteurs de serviettes chez ors. Nous essayons de brasser mum de compétences, d'être que projet. Les commerciaux m et les créatifs à la stratégie. t d'abord commerciale, lle, marketing et cette idée peut ne travaillons plus en team, par us préférons mettre autour de la différentes (copy, AD, graphiste, mercial, ..). Les idées naissent de

la confrontation entre profils très différents. "Notre manière de travailler demande du temps et est parfois mise à mal par la pression de plus en plus forte des clients, qui veulent souvent du travail rapide. Nous avons souvent le nez sur le guidon, c'est l'un des grands problèmes du métier."

Des trophées au CCB sont-ils un objectif? « Nous n'avons jamais inscrit de jobs au CCB... C'est une question à laquelle nous sommes en train de réfléchir. Nous avons longtemps estimé qu'une agence qui ne fait pas partie de la nomenclature créative avait (a?) peu de chances de gagner quoi que ce soit. Cependant, notre portefeuille de clients a évolué et nos collaborateurs aussi! Et donc, il n'y a que les imbéciles que ne changent pas d'avis, il est possible que nous présentions un certain nombre de choses l'année prochaine. »

Jean-Michel Stichelbaut

## Carpoolen als app

In the Pocket heeft een applicatie om te carpoolen bedacht voor MNM en het BIVV. Ook na de Go for Zero-actiedag blijft MNM aandacht besteden aan verkeersveiligheid. Verkeersveiligheid bij jongeren en preventie van weekendongevallen staan daarbij centraal. MNM en het BIVV sloegen de handen in elkaar en selecteerden In the Pocket om onder de aftiteling MNM Zero Car applicaties voor iPhone en Android te ontwikkelen.

De MNM Zero Car app profileert zich als een applicatie waarmee bestuurders en passagiers elkaar kunnen vinden om samen en veilig op hun bestemming te raken. Het principe is eenvoudig. Wie naar een feest of evenement wil, maar niet van of naar zijn bestemming raakt, kan via de applicatie op zoek gaan naar iemand met wie hij of zij kan meedelen. Omgekeerd kan ook iemand die met de auto ergens naartoe gaat, de vrije plaatsen in zijn wagen aanbieden. De mobiele applicaties werden ontwikkeld door In the Pocket. De applicatie bestaat voor iPhone en Android en maakt gebruik van Facebook Connect om de identiteit van de mensen te verifiëren en passagiers uit te nodigen om mee te rijden. Zo kunnen gebruikers in één oogopslag zien of iemand van hun Facebookvrienden al een Zero Car (Carpool) heeft aangemaakt. Voorts zijn de mobiele applicaties "geconnecteerd" met een Facebookapplicatie ontwikkeld door Proudfield. In the Pocket belooft "voor een nooit geziene gebruikerservaring van een mobiele app in combinatie met een Facebook app." In de nabije toekomst zal het BIVV nog een Franstalige versie van de Zero Car app introduceren.

De Apps kunnen gedownload worden op het volgende adres: voor de iPhone via <http://itunes.apple.com/be/app/mnm-zero-car/id431252725?mt=8>, voor de Android via <https://market.android.com/details?id=mobi.inthepocket.bivvmnncarpool> en voor Facebook: via <http://apps.facebook.com/go-for-zero/>. De sites hebben hun stek op <http://www.mnm.be> en <http://www.goforzero.be>.

## Quick chante sur Facebook

A l'occasion des 40 ans de Quick, Isobar a lancé un quizz musical sur la page Facebook de la chaîne de restauration rapide (L'action invite les internautes à reconnaître des chansons prises de manière aléatoire durant les 4 dernières décennies : des Beatles à Justice, en passant par David Bowie et les Spices Girls. Le concept a été imaginé et dessiné par IsobarSocialMedia qui utilise Qualifio Manager, l'outil d'animation et de qualification d'audience développé par la société néo-louvainiste Qualifio. Qualifio Manager est une plateforme d'animation et de qualification de communautés digitales. Elle permet à un éditeur de créer simplement des concours, quizz, votes, sondages, enquêtes, etc. et de les publier sur son site web, sa page Facebook ou son site mobile. ([www.facebook.com/QuickBelgium](http://www.facebook.com/QuickBelgium)).



# COMMUNICATION

Agency life | Choco baseert alle communicatie op basis van zijn relatiemodel.

## Relatie als vertrekpunt

Op 24 mei kwam het boek "De Menseneconomie" uit van Krist Pauwels, partner bij reclamebureau Choco. Dat handelt specifiek over de relatie tussen bedrijven en hun medewerkers maar is gebaseerd op een ruimere visie op relaties. Relaties tussen mensen onderling, maar ook tussen mensen en merken. Die visie heeft Krist samen met zijn partners Steven Pauwels en Kris Dieltiens in een model gegoten dat hen als basis dient voor alle communicatietrajecten die ze aan hun klanten aanbevelen.

Krist Pauwels is met "De Menseneconomie" niet aan zijn proefstuk toe. In 2008 schreef hij samen met zijn partners Steven Pauwels en Kris Dieltiens ook de boeken "The Silence of The Sword" en "The Economic Revolution" onder het pseudoniem Art Kristeven. Net zoals in "De Menseneconomie" proberen de auteurs in hun boeken vooral aan te tonen hoe bedrijfsleiders, economen, marketeers en andere mensen met een maatschappelijke verantwoordelijkheid een creatieve energie kunnen losweken door meer inzicht te krijgen in de gedragypsychologie. Wat hen toelaat om hun job beter en vooral op een meer bevredigende manier te doen, en ook inhoudt dat ze hun diensten, producten en merken beter kunnen marketen en er gericht over kunnen communiceren. Eind vorig jaar publiceerde Choco overigens ook een brochure onder de naam "Meerwaarde Marketing" en de veelzeggende ondertitel "Naar een nieuwe dimensie in relatie tussen merk en consument". Ik trok naar Krist met een open geest en heel veel vragen en ontdekte een gepassioneerde communicatieprofessional die moeiteloos

psychologie, filosofie, spiritualiteit, ondernemerschap, marketing en communicatie met elkaar verbindt.

### Immateriële waarden

In al jouw boeken draait het om relaties. Waarom? Krist Pauwels: "Relaties vormen de basis van het gedrag tussen mensen onderling maar ook tussen mensen en merken of medewerkers en bedrijven. We hebben dat lang bestudeerd, veel onderzoek naar gedaan en hebben daar een model rond ontwikkeld dat we nu consequent gebruiken, zowel voor de interne als de externe communicatie van bedrijven. Het uitgangspunt is dat communicatie vandaag niet meer gaat om jezelf mooi te verpakken en hard te roepen. Mensen/werknemers krijgen zoveel impulsen dat ze iets hebben van: 'Ik geloof je niet, tenzij ik het zelf voel of zelf ervaar dat je voor mij iets kan betekenen. Dan zal ik beginnen om een relatie met jou aan te gaan.' Dat komt overeen met elke andere menselijke relatie. Als jij mijn vriend wordt, dan is dat niet omdat ik mezelf anders probeer voor te doen dan dat ik ben, maar omdat ik vertrouwen geef, begrip toon en mijn verantwoordelijkheid neem in de vriendschap. Het gaat dus om een aantal immateriële waarden die worden doorgegeven. Als we die intermenselijke economie van geven en krijgen in beeld brengen, dan maken we dat hanteerbaar voor merken in hun communicatie met hun consumenten en medewerkers. In elke oppervlakkige relatie is er een soort onderstroom van persoonlijk gevoel, persoonlijke tevredenheid of ontevredenheid die daarmee te maken heeft. Zodra je dat naar boven brengt en bespreekbaar maakt, valt er een heleboel overbodige energie weg. Dan kunnen mensen zichzelf zijn en investeren in de onderlinge relatie. En ook op merkniveau in de communicatie is dat één van de sleutels om op een volwassen manier met de consument om te gaan. Waarbij je niet zegt: ik zal hier als merk de markt controleren. Door de controle los te laten en de relatie met authenticiteit in te vullen, begin je een echte relatie aan te gaan."



Krist Pauwels (Choco): "Uiteindelijk gaat communicatiewetenschap over relaties aangaan via communicatie en meerwaarde genereren in je aanbod of in elkaars leven via communicatie. Het is eigenlijk vooral een gedragsdynamiek die je je als merk of als bedrijfsleider moet durven aanmeten."

### Résumé

Le livre « De Menseneconomie » de Krist Pauwels, partenaire de l'agence publicitaire Choco est paru le 24 mai. Celui-ci traite spécifiquement de la relation entre les entreprises et leurs collaborateurs mais repose sur une vision plus large des relations et aborde les relations entre humains mais aussi entre les hommes et les marques. Avec ses partenaires Steven Pauwels et Kris Dieltiens, Krist a intégré cette vision dans un modèle leur servant de base pour tous les trajets de communication recommandés à leurs clients.

