



‘In een compacte regio als Utrecht is crossmediaal adverteren superinteressant’

RTV Utrecht Reclame biedt mogelijkheden voor elk bedrijf

RTV Utrecht is een begrip in de regio. De radio-, tv- en online kanalen van de zender zijn al jarenlang mateloos populair onder de inwoners van Utrecht en daarbuiten. Als directeur van RTV Utrecht Reclame probeert Edward van den Berg ondernemers in de regio elke dag weer van het belang van regionaal én crossmediaal adverteren te overtuigen. ‘Je bereikt ontzettend veel mensen via RTV Utrecht.’

Edward praat eigenlijk niet graag over cijfers en statistieken, maar dat RTV Utrecht dagelijks veel mensen bereikt, dat weet hij zeker. ‘Alles wordt onderzocht en we lopen mee met de kijk- en luisteronderzoeken waaraan ook Radio 538 en RTL 4 meedoen. We weten wie onze kanalen bezoekt en ook wanneer. Feit is dat 76 procent van de mensen uit de provincie Utrecht gebruik maakt van een van de kanalen van RTV Utrecht. Dan heb ik het over RTV Utrecht, Radio M Utrecht, onze website en apps. Daarnaast zijn er ook nog de lokale zenders voor de stad Utrecht: Bingo FM en UStad.’

Crossmediaal

De kracht van RTV Utrecht zit hem volgens Edward met name in het crossmediale aspect. ‘We hebben vijf mediakanalen, zowel online als offline. En ik denk dat wanneer je als bedrijf succesvol wilt zijn in de regio, je een of meer van deze kanalen nodig hebt om te adverteren. Met alleen een Facebookcampagne kom je tegenwoordig niet zo ver meer; je creëert daarmee nog geen betrouwbaarheid. Belangrijke onlinespelers zoals Bol.com, Trivago en Zalando zijn allemaal groot geworden dankzij radio en tv. Dat zijn natuurlijk grote bedrijven met grote budgetten, maar dit spel kun je in een kleine regio ook met kleine budgetten spelen. Het hoeft geen tienduizenden euro’s te kosten om serieuze naamsbekendheid te krijgen.’

Verder helpen

Hoewel Edward als hoofd van RTV Utrecht Reclame er natuurlijk verantwoordelijk voor is dat er voldoende inkomsten binnenkomen – de advertentieopbrengsten gaan terug naar de omroep, zodat er weer nieuwe programma’s kunnen worden gemaakt – vindt hij het vooral belangrijk dat hij organisaties verder helpt. ‘Wat we bij RTV Utrecht Reclame doen is natuurlijk een vorm van sales, maar ik wil graag bijdragen aan het succes van een bedrijf. Juist dankzij de verschillende kanalen die we hebben, kunnen we voor elk type onderneming



‘Het hoeft geen tienduizenden euro’s te kosten om serieuze naamsbekendheid te krijgen’

wel een oplossing bedenken. Indien nodig kunnen we meedenken over de juiste verhaallijn, een logo, stem- en kleurgebruik en andere details. We werken met ontzettend veel getalenteerde en creatieve mensen die elke campagne tot een succes kunnen maken.’

Bereikprognose

Heeft een ondernemer eenmalig een advertentie-aanvraag bij RTV Utrecht Reclame gedaan, dan kan er vooraf een campagneprognose worden gemaakt. Achteraf wordt geëvalueerd hoe de campagne het heeft gedaan. Edward: ‘Bij veel standaardpakketten zit een bereikprognose. We koppelen het uitzendschema van de advertentie van de klant ook aan het officiële kijk- en luisteronderzoek. Toch merk ik vaak dat het onze klanten niet zo zeer om de cijfers te doen is. Het geeft hen simpelweg een kick als ze hun eigen reclame terug horen of -zien. Vaak omdat ze zelf ook luisteren of kijken. Het gaat hen om de creatie en het gevoel.’

‘Men wil weer weten wat er om de hoek gebeurt’

Compacte regio

Edward, die voorheen bij Noord-Hollandse mediabedrijven werkte, prijst de compactheid en hechtheid van de provincie Utrecht. ‘In Noord-Holland liggen belangrijke steden ver uit elkaar. Dat maakt regionaal adverteren minder interessant voor ondernemers. Utrecht is daarentegen een zeer compacte en homogene regio. Dat heeft als voordeel dat je een heel gerichte campagne uit kunt zetten die voor een groot deel van de inwoners van Utrecht en omgeving relevant is. Vanuit de stad Utrecht bereiken potentiële klanten namelijk ook binnen twintig minuten steden net buiten de regio, zoals Woerden en Amersfoort en vice versa. Dat is een groot voordeel.’

Laagdrempelig

Doordat Edward vlak nadat hij werd aangesteld eerst moest reorganiseren, heeft hij nog niet zoveel ondernemers gesproken als hij had

gewild. De komende periode gaat hij zich daar meer op richten. ‘Dat is tenslotte het mooiste aan mijn werk: mensen spreken en bij bedrijven over de vloer komen. Ik wil zoveel mogelijk organisaties bewust maken van de laagdrempeligheid van RTV Utrecht Reclame. Als iemand gedurende de week een advertentie wilt voor de eerstvolgende koopzondag, dan kunnen we de volgende ochtend een commercial op de zender hebben. Daar gaan geen maanden aan vooraf en er hoeven ook geen snelle verkopers in dure auto’s langs te komen. We werken professioneel, maar kunnen met iedereen om de tafel. Voor elk budget kunnen we iets creatiefs bedenken.’

Rijke programmering

De kracht van de regio zal nooit verdwijnen, denkt Edward. ‘We merken heel erg dat men zich een beetje afkeert van al het nare nieuws uit de wereld. Men wil weer weten wat er om de hoek gebeurt. Je spendeert tenslotte de meeste tijd in je eigen regio. RTV Utrecht speelt daarop in met een rijke programmering. We hebben niet alleen nieuws- en achtergrondprogramma’s, maar ook programma’s met Henk Westbroek, Maarten van Rossum, Eddy Zoey en natuur- en jongerenprogramma’s. Er zijn weinig regionale omroepen met zo’n groot programma-aanbod en zulke groeicijfers. Maar wat je budget of je vraag ook is, iedereen kan bij ons terecht. Met behulp van RTV Utrecht Reclame kan elke ondernemer op top of mind van potentiële klanten in deze mooie regio komen.’

RTV Utrecht Reclame

RTV Utrecht Reclame

Hengeveldstraat 29
3572 KH Utrecht
030 8500 700
reclame@rtvutrecht.nl
www.utrechtreclame.nl