

Luc van Beers & Gaby Nedeski

Internal branding 2.0

Kluwer
a Wolters Kluwer business

ACHTTIEN VRAGEN

Internal branding staat al een tijdje hoog op de agenda. Van hoog tot laag, van marketingwetenschapper tot schnabbelende 'kwaksultant', heeft men er de bek vol van. En ook de gemiddelde marketingdirecteur zegt het belang te kennen van 'zijn wie je zegt dat je bent'. Maar heel veel boeken zijn over het en vogue zijnde onderwerp nog niet geschreven.

Het duo Luc van Beers en Gaby Nedeski, die naar eigen zeggen begonnen zijn als reclame-uitlegsservice voor eigen medewerkers, brengt daar verandering in. Van hun hand verscheen het 295 pagina's tellende **Internal branding 2.0**.

Het voortraject van Van Beers en Nedeski staat als een huis. Hij was onder meer managing partner bij FHV BBDO en oprichter van Proof Communication, zij was 'verandermana-

ger' bij concerns als Interpolis en Achmea. De schrijvers hebben gezien dat de reputatie van bedrijven steeds meer centraal komen te staan. Het duo op de achterflap: 'Die is minstens zo belangrijk als het product of dienst zelf. Bedrijf en product, organisatie en dienstverlening zijn één, consument en werknemer verwachten dat. (...) De realisatie van bedrijven is echter weerbarstig en het blijkt een behoorlijke klus het bovenstaande te realiseren.'

Het helder vormgegeven boek – wit, zwart en geel – behandelt 18 vragen over internal branding in evenzoveel hoofdstukken. Vraag 1 is 'Wat is internal branding eigenlijk?'. Vraag 6 is 'Wat is de rol van identiteit en waarden bij een internal-brandingproces?' Vraag 18: 'Hoe overtuig ik mijn baas?' Na die hoofdstukken worden acht cases beschreven, onder andere Philips ('Forward'), Delta Lloyd Groep ('Een sterk verhaal') en de ING Bank en de Postbank ('een NWE standaard zetten'). Daarna komt nóg een extraatje; drie interviews met zwaargewichten in het veld, namelijk David Kombrink, Mary Hoogerbrugge en Piet van Schijndel.

Mister Reputatie himself, Cees van Riel, werd bereid gevonden het voorwoord te schrijven. Hij verklaart dat het boek antwoord geeft op de meest prangende, en meest gestelde vragen over internal branding. Die indruk geeft het boek inderdaad. Het is een duidelijk geschreven basisboek over het onderwerp. **RM**

INTERNAL BRANDING 2.0/LUC VAN BEERS & GABY NEDESKI/KLUWER/ISBN978-90-13-07253-2/295 PAGINA'S/€31,75