

Advertorial – 2/1 pagina

Het interview

Adformix zal een afspraak inplannen waarop een van onze tekstschrijvers het interview met jullie af neemt. Dit is bij voorkeur face-tot-face maar kan in uiterste noodzaak ook telefonisch of digitaal via Zoom of Teams. Het interview duurt maximaal 60 minuten en zal in gesprekform gehouden worden niet middels een vraag-antwoordvorm. Het face-to-face-interview zal op een door jullie gewenste locatie plaatsvinden.

Voor het inplannen van het interview ontvang je een e-mail van Adformix met daarin het verzoek om drie voorkeursmomenten aan te geven. Zodra wij deze voorkeursmomenten hebben ontvangen zullen wij de afspraak met een van onze tekstschrijvers vastleggen en aan jullie bevestigen.

Onderwerp

De totale beschikbare ruimte is maximaal 4.920 lettertekens = circa 745 woorden*.

*het aantal woorden is ongeveer 745 dit is afhankelijk van het aantal gebruikte lettertekens per woord.

Als bedrijf bepaal je zelf het onderwerp. Je kunt ervoor kiezen om het HR- of strategische programma van de organisatie als uitgangspunt nemen. Je kunt ook de geïnterviewde C- levelpersonen/directieteamleden of het hoger management van de organisatie centraal laten staan. Zij vertellen namens de organisatie het relevante verhaal vanuit de boardroom of het MT.

Advertorial

Budget Thuis

'ENERGIETRANSITIE IS SOCIALE TRANSITIE'

De energietransitie zorgt voor een groeiende tweedeling tussen huishoudens die kunnen investeren in verduurzaming en huishoudens die dat niet kunnen. Met gerichte initiatieven wil Budget Thuis zorgen dat iedereen meekomt in de energietransitie. "Wij kiezen voor de 5: de sociale aspecten van de energietransitie."

telaten verduurzamen, dan mislukt de energietransitie helemaal. "Zonder sociale transitie is de energietransitie niet te maken", aldus Annetta Buitelaar en Safira de Witte, respectievelijk CEO en Social Impact Manager van Budget Thuis, een belangrijke aanpak van telecommunicanten en energie, onder het label Budget Energie.

De 5 van ESG
De energietransitie is in Nederland ook een maatschappelijke opgave, zeggen Buitelaar en De Witte. "Waar de meeste energiepartijen zich richten op de E van ESG – emissies verlagen, vergroenen, versnellen – leggen wij de nadruk op de S, de sociale aspecten van de energietransitie", zegt Buitelaar. "Iedereen moet kunnen meedoen, anders verliest de transitie draagvlak. En groene energie vinden we vanzelfsprekend: 100% van de stroom die Budget Thuis aanbiedt, is groen."

Sociale inzet – niet dreigen bij betalingsproblemen, maar vroegtijdig contact zoeken en begeleiden – is bij Budget Thuis een integraal onderdeel van het aanbod. Ook stuurt het erop aan om klanten gedurende het jaar te begeleiden naar een 'nulnota' om een grote schuld af te lossen aan het einde van het jaar te voorkomen. Budget Thuis helpt klanten daarnaast om zicht te krijgen in hun verbruik. "De energiemarkt is behoorlijk complex. Wij streven ernaar dat elk huishouden weet: wat kost het en wat kan ik er zelf aan doen?"

'Cut the crap'

De sociale missie van Budget Thuis is direct verbonden met de bedrijfscultuur, die is gebouwd op efficiëntie en lage kosten. "We hebben intern een 'cut the crap'-mentaliteit. Onze minigebiedsfroeing leidt tot besparingen, waardoor we nog scherper kunnen aanpakken", zegt Buitelaar. Het bedrijf sette concurrenten onder druk door kort na de invoering van het wettelijke prijplafond in 2017 een tarief van te bieden dat onder dit plafond lag, wat in de markt leidde tot dalende

tarieven voor alle huishoudens.

Dit jaar organiseerde Budget Thuis voor het tweede achtereenvolgende jaar een actie met gratis stroom in het weekend, niet alleen voor klanten met een dynamisch contract maar ook voor klanten met een vast contract. Ruim 200.000 klanten deden mee, waarbij ongeveer een kwart van het verbruik werd verschoven naar de gratis uren. "Het werkt: een positieve prijsdruk kan gedragsverandering", zegt De Witte. Tegelijkertijd bereikte de actie vooral huishoudens die al actief met hun energieverbruik bezig waren. "Om iedereen te bereiken, is een andere aanpak nodig; daar werken we nu aan."

Publiek-private samenwerking

Dat vereist een veel breder, meer geïntegreerd pakket van maatregelen. Budget Thuis maakt zich sterk voor een integrale benadering, waarbij verschillende partijen samenwerken. Zo is het bedrijf partner van de Stichting Financiële Gezond Nederland, een alliantie van meer dan 45 publieke en private partijen die zich inzet voor een financieel gezond Nederland. Ook zijn er samenwerkingen met gemeenten, zoals Amsterdam, zodat die hulpverlening kunnen bieden als klanten in financiële problemen raken. Er zijn ook belangrijke pilotprojecten met woningbouwcorporaties, waarbij de corporatie de woningen verduurzaamt en Budget Thuis de bewoners helpt met het verlagen van hun energierekening. "Dat vereist maatwerk in communicatie, aanpak van de cultuur, leertijd of gezamenlijke setting van de bewoners", zegt De Witte. Verder ook dat Budget Thuis samen optrekt met Stichting Lezen en Schrijven om de communicatie, contracten en app te versimpelen. Wat Budget Thuis betreft, komen er nog veel meer van dergelijke partnerships, zeggen Buitelaar en De Witte. "Maatschappelijke organisaties en bedrijven hebben elkaar nodig voor een succesvolle energietransitie, waarbij iedereen in Nederland is betrokken. Laten we de handen ineen slaan."



Safira de Witte en Annetta Buitelaar
'Iedereen moet kunnen meedoen, anders verliest de energietransitie draagvlak.'

Wij raden aan om:

- Voor de overzichtelijkheid en beperkte ruimte maximaal twee personen aan het woord te laten.
- Het verhaal zo kort en bondig mogelijk te vertellen en goed rekening te houden met het aantal beschikbare lettertekens. Bij overschrijding hiervan past de tekst niet in het format en moet er door de eindredactie tekst geschrapt worden.
- alles goed voor te bereiden met degene(n) die het interview geeft, dit eventueel in samenwerking met iemand van de afdeling communicatie.

Goedkeuring tekst

Na het interview ontvang je de concepttekst van de tekstschrijver. Eventuele opmerkingen en/of aanpassingen bespreek je rechtstreeks met hem of haar. In samenspraak met de tekstschrijver kom je tot een definitieve tekst. Het akkoord op de tekst geef je door aan de tekstschrijver.

Note: Onze ervaring leert dat het belangrijk is dat degene(n) die de tekst moet(en) accorderen ook aanwezig/betrokken is/zijn bij de voorbereiding van het onderwerp en het interview.

Vermelding van posities/rankings = onder embargo

Indien jullie een vermelding in de ranking van de uitgave hebben mag dit in algemene bewoordingen in de advertorial vermeld worden, er mag ook vermeld worden in welke categorie dat is.

Er mag echter **NIET** vermeld worden wat jullie exacte positie is. De uitgever staat dit niet toe!

Uitslagen van onderzoeken en rankings zijn in vertrouwen met jullie gedeeld en mogen voor verschijnen niet naar buiten worden gebracht.

Vanaf het moment van verschijnen mogen exacte posities vanzelfsprekend wel overal vermeld worden!

Richtlijnen 2/1 pagina advertorial

- Bedrijfsnaam staat boven/naast het artikel
- Kopregel: maximaal 40 lettertekens incl. spaties (geen bedrijfsnaam)
- Totale tekst: maximaal 4.920 lettertekens incl. spaties= ± 745 woorden*
 - intro maximaal 320 lettertekens = ± 45 woorden
 - bodytekst 4.500 - 4.600 lettertekens incl. spaties = ± 700 woorden
 - ± 4/5 tussenkoppen
- beeld: wordt door onze fotograaf verzorgd.
- bijschrift: uitsluitend naam geïnterviewde(n) (geen titels en functies)

Fotografie

De fotograaf neemt zelf contact op om een afspraak in te plannen. De sessie duurt 30 minuten tot een uur. Behalve een foto maakt de fotograaf desgewenst een korte video-opname van 10-20 seconden van een quote van de geïnterviewde.

- De fotograaf kiest een geschikte locatie voor de foto en de videoquote.
- De foto en de video-opname worden tijdens dezelfde afspraak gemaakt.
- Het formaat van de foto (staand, liggend, panorama) is afhankelijk van de lay-out. Deze wordt bepaald door de uitgever, wij hebben hier geen invloed op.

Videoquote

Een videoquote is facultatief. Het geeft de mogelijkheid om online op Cstories.nl een extra dimensie aan de advertorial toe te voegen. Je bent vrij in de keuze van de quote. Je kunt de quote natuurlijk baseren op het interview maar je kunt ook antwoord geven op de vraag: wat is de missie van het bedrijf? Wat is jullie visie op de markt? Of welke ambities heeft het bedrijf.

Geef bij het maken van de afspraak met de fotograaf aan of jullie wel of geen gebruik willen maken van deze mogelijkheid.

Pdf voor akkoord

Voor publicatie krijg je als service een low res pdf met de definitieve opmaak van de door jullie goedgekeurde tekst en foto te zien. Je ontvangt hierover ongeveer een week van tevoren een mail met daarin een aankondiging wanneer je de pdf zult ontvangen.

De lay-out is in een vast format, dat per uitgave door de uitgever wordt bepaald. Adformix heeft hier geen invloed op.

Cstories.nl

Naast publicatie in het magazine worden alle advertorials ook doorgeplaatst op Cstories.nl. In jullie advertorial in het magazine staat een QR-code met een directe link naar jullie verhaal op Cstories.

Cstories.nl deelt de verhalen via LinkedIn. De verhalen zijn vanaf het moment van verschijnen ook via de share buttons op www.cstories.nl direct te delen in jullie eigen sociale netwerk(en).

Meer informatie

Adformix coördineert de samenstelling, vormgeving en plaatsing van de advertorials. Mocht je vragen hebben, neem dan contact met ons op, telefoon: 0888 777 888, e-mail: office@adformix.com