



★★★★ Online reputatiemanagement

Alex van Leeuwen (redactie Job Franken), Adfo Books 2016

978-94-9219-601-9, 192 pagina's, € 24,95

Alex van Leeuwen richtte Buzzcapture op, toonaangevend bureau voor (sociale) mediamonitoring. Zijn eerste boek is echter heel wat meer dan reclame voor de diensten van zijn club. Het biedt ervaringen in praktische handvatten voor het monitoren en beïnvloeden van de reputatie van organisaties. Bovenal geeft het een uniek inkijkje in de streken van twaalf toonaangevende Nederlandse merken.

'Het proces van inventariseren, beïnvloeden en optimaliseren van het publiekelijke vertrouwen in een organisatie via sociale media.' Deze definitie van online reputatiemanagement is het vertrekpunt voor deze gids. Heb je dat proces een beetje onder de knie, dan kom je in de praktijk vaarwater. Het boek biedt kennis, feiten, voorbeelden en cijfers waarmee je de crisissfeer die hoort bij reputatie- en imagoschade overtuigt voor rust.

Dat betekent niet dat je nooit meer een reputatiedeuk oploopt; het betekent dat je voorbereid bent als het gebeurt. 'Onder vuur liggen' gebeurt erbij, maar als je organisatie erop voorbereid is, krijgt paniek minder snel een kans. Een aanrader, nee, een must voor iedereen die zich met enige regelmaat druk maakt over reputatievraagstukken.

Angela de Cock

★★★★ Transmedia storytelling

René Boonstra, Boom Lemma 2015

978-94-6236-430-1, 165 pagina's, € 26,50

Hoe betrek je een breed publiek bij je verhaal? Welke mediakanalen zet je in en waarom? Transmedia storytelling kan je hierbij helpen. In twaalf stappen kun je een plan opstellen om een breder publiek te bereiken. En: met zo'n goed doordacht stappenplan kan zelfs het publiek een bijdrage leveren aan het verloop van je verhaal. Boonstra komt snel ter zake: al in hoofdstuk 1 werk je aan je stappenplan. Handig voor de student en communicatieprofessional die geen tijd heeft voor bergen informatie. Na deze introductie worden de stappen verduidelijkt door casussen en voorbeelden van bekende multinationals. Zo wordt logischerwijs uitgelegd hoe je het plan maakt en wat het uiteindelijk kan opleveren. De achterliggende gedachte van strategische keuzes is steeds belangrijk.

Het boek van Boonstra is vooral gericht op studenten. Toch kan de communicatieprofessional er baat bij hebben. De verschillende casussen en voorbeelden in het boek zijn actueel en vol inspiratie. Ben je op zoek naar manieren om een breed publiek te betrekken bij jouw verhaal? Dan mag Transmedia storytelling zeker niet ontbreken tijdens jouw zoektocht.

Angela de Cock



andere wijze naar je eigen gewoontes kijken. Nederland is veranderd sinds deze eerste immigranten. In het boek komt wel de invloed van 9/11 en de moord op Fortuyn en Van Gogh naar voren, maar recent is de vluchtelingendiscussie verhard. De meeste vluchtelingen worden overigens opgevangen in hun eigen regio. Libanon telt 1,5 miljoen Syrische vluchtelingen, een kwart van de bevolking. In ons land verblijven nu 25.000 vluchtelingen uit Syrië. Dat

geeft te denken, maar dit komt in de media nauwelijks naar voren.'

Monique Neyzen is communicatieadviseur, interim communicatiemanager, facilitator en voorzitter van de Galjaardcommissie. De Galjaarddag vindt plaats op 21 april (zie www.galjaarddag.nl).