

Minicards: kaartjes met gaatjes

Minicards Global Advertising groeit hard. De kaartjes die toeristen wegwijs maken met informatie en kortingsbonnen van restaurants, musea, hotels, winkels en attracties gaan als warme broodjes. Het in Amsterdam geboren idee wordt inmiddels wereldwijd gefranchised. Niet alleen zijn Minicards verkrijgbaar in meer dan 4.200 hotels wereldwijd, het informatiesysteem biedt vanaf dit jaar ook landelijke dekking in Nederland.

Minicards zijn succesvol van New York tot Melbourne. Afgelopen jaar hebben o.a. Hamburg, Frankfurt, Tallinn en Rome voor dit eigengereide concept getekend. Minicards is nu gevestigd in ruim 70 steden, met meer dan 4200 outlets en meer dan 1600 adverteerders, zoals het Prado Museum, Anne Frank Huis, Hard Rock Café, DHL, McDonald's, Guinness, Subway, Heineken en vele lokale bedrijven en instellingen. Internationaal wordt komend jaar verwacht actief te zijn in Beijing en Miami, nationaal worden Minicards in Noord-Holland, Friesland en Overijssel verder ontwikkeld waarmee via het Minicards informatie systeem landelijke dekking wordt verkregen.

Het gaatje

Hoe zoiets kleins zo groot werd? Arnold Gruppen, oud-oprichter van de Amsterdamse fietsverhuurder MacBike en Rick Blom, Nieuwe Revu journalist, leerden elkaar kennen in een band. Acht jaar geleden zagen ze het gaatje in de markt. Dat is waar het hele concept op is gebaseerd: een gaatje in een kaartje. Arnold fietste jarenlang op zijn bakfiets langs de hotels in Amsterdam, om flyers voor MacBike uit te delen. Maar met flyers die slordig op een balie liggen val je niet op, dus kwamen Rick en Arnold op het innovatieve, doch eenvoudige idee kaartjes aan een rek te hangen.

Uitbreiding

Dankzij het succes van Minicards konden de mannen de afgelopen jaren uitbreiden met diverse andere producten, zoals uitklapbare informatiemapjes, klantcontactprogramma's en informatieverstrekking via mobiel internet. Ook de websites www.worldhotlinks.com, een zoekmachine voor toeristenplaatsen, en www.dagjeamsterdam.nl zijn veelbelovende concepten.

www.minicards.com



toekennen van de Hans du Chatinier prijs tijdens de AMMA uitreiking voldoende. Ik ga daar overigens volgende keer waarschijnlijk voor het eerst een case voor indienen omdat ik nu met twee unieke projecten bezig ben die in mijn optiek potentiële kanshebbers zijn voor de Hans du Chatinier prijs voor professionals. Hou het nieuws maar in de gaten!

Wat is het grootste misverstand over media- en marktonderzoek?

Dat onderzoeksuitkomsten heilig zijn. Echt een typisch voorbeeld van een cliché. Onderzoek is een hulpmiddel. Je moet altijd proberen verder te kijken dan alleen de onderzoeksuitkomsten.

Beraken is tegenwoordig minstens zo belangrijk als bereiken

Even over onderzoek in het algemeen. Van het roddelgedrag van tienerjongens in Monster tot de expansie van kakkerlakbiotopen binnen Chinese groothandels, in Nederland wordt zo'n beetje alles onderzocht. Onderzoeken we misschien teveel? Ik kan niet ontkennen dat mijn wenkbrauwen ook geregeld fronsen als ik in het nieuws onderwerpen zie passeren die onderzocht zijn. Maar dan denk ik altijd maar bij mezelf: ik ben, om maar in onderzoekstermen te blijven, n=1. Wat voor mij niet relevant is, kan voor een ander wel belangrijk zijn. Ik maak me wel erg veel zorgen als ik hoor hoe deze onderzoeken zijn uitgevoerd en hoe makkelijk men dan bijvoorbeeld het woord 'representatief' in de mond neemt. Dit vind ik geen goede ontwikkeling voor ons vakgebied. Vaak wordt dit overigens ook veroorzaakt doordat aan opdrachtgeverzijde mensen met het onderzoek belast zijn die geen of te weinig onderzoekskennis hebben. Aan ons als bureaumensen is het de taak om deze opdrachtgevers zo goed mogelijk te adviseren over een zo gedegen mogelijke onderzoeksopzet.

Als je als privé persoon een onderzoek mocht laten uitvoeren, wat zou je dan laten uitzoeken?

Ik zou als mystery shopper best gedurende een jaar verschillende hotels over de hele wereld willen bezoeken om vast te stellen hoe het gesteld is met de kwaliteit van de accommodaties, de klantvriendelijkheid van het personeel en de geboden service. Het Caribische gebied lijkt me een mooi startpunt". <