



BUREAU/BART
FULL SERVICE / CONCEPT & CREATIVE / PRIVATE LABEL



Thuisbezorgd.nl

City Game 2023

De match tussen Thuisbezorgd.nl en Barts Boekje was meteen cristal clear: de volgers van Barts Boekje houden van het goede leven; goed eten, gemak, en goed voor jezelf zorgen zijn daar onlosmakelijk aan verbonden. In comes Thuisbezorgd.nl.

Redenen voor Thuisbezorgd.nl om deze samenwerking aan te gaan waren:

- Merkbekendheid vergroten bij een andere, nieuwe doelgroep;
- Awareness voor het feit dat men ook voor goede, leuke restaurants bij Thuisbezorgd.nl moet zijn.

We bedachten de City Game. In oktober 2023 stonden acht dagen op bartsboekje.com in het teken van deze City Game. Acht dagen lang deelden we op de kanalen van Barts Boekje speciale Thuisbezorgd.nl restaurant lijstjes uit 8 geselecteerde grote steden in NL. Ook gaven we mooie prijzen weg aan de deelnemers van de City Game.

Al het bereik van alle kanalen en platforms bij elkaar opgeteld, hebben we met de City Game meer dan 152.000 mensen weten te bereiken.

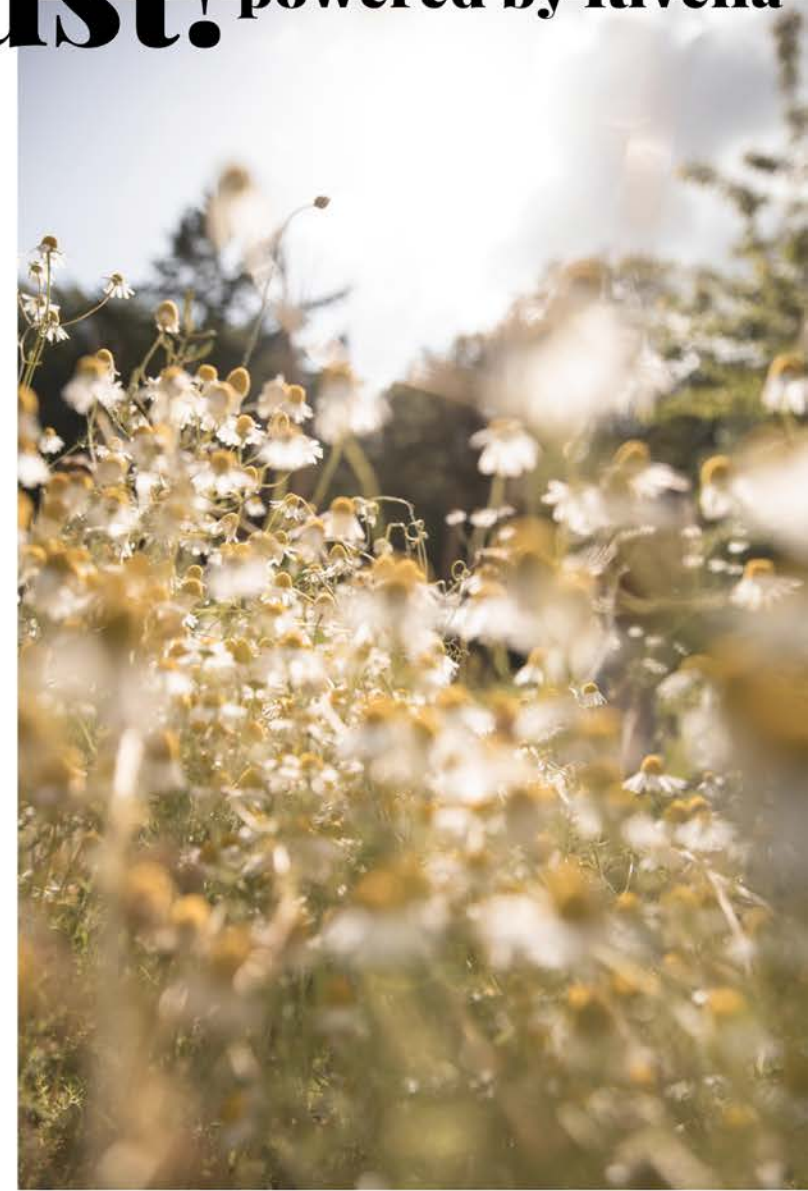
rust! powered by Rivella

Voor frisdrankmerk Rivella ontwikkelden we het unieke eboek rust! by Barts Boekje, powered by Rivella. Dit concept ontstond na een verzoek van de klant om een boekwerk met unieke plekjes in de natuur waar je van je drankje kunt genieten.

We besloten hier een eboek van te maken omwille van het duurzame karakter van de campagne (digitaal is uiteraard duurzamer dan print) en de last minute aanvraag (drie weken productietijd). Samen met onze vaste freelance fotografen ontdekten we de mooiste, unieke terugtrekplekken van zes provincies in Nederland. De hele productie, van research tot vormgeving, werd binnens Barts Boekjes huis uitgevoerd. rust! deel 2, met daarin de overige zes provincies, verschijnt naar alle waarschijnlijkheid in het voorjaar van 2023.

Het eboek is zowel door middel van een QR code te downloaden, als via BartsBoekje.com vindbaar. Het eboek werd ondersteund door een influencerscampagne en is ruim 8000 keer gedownload.

zie ook bartsboekje.com/rust/





OOM Verzekeringen

"Aan Bart Boekje danken we de term 'bullshitloze verzekeraar', een uitspraak die we voor deze samenwerking er intern nooit doorheen hadden gekregen, maar die precies de spijker op zijn kop slaat. Inmiddels zijn zelfs de medewerkers van de oude garde helemaal om - precies de frisse wind die we nodig hadden", Chantal Deens, OOM Verzekeringen.

Wie Barts Boekje inhuurt, krijgt desgevraagd ook onze kijk op het product of dienst, en meer dan eens is dat een kijk die anders, en daarmee verfrissend, is. De mensen van OOM Verzekeringen doen waar ze goed in zijn: verzekeren, met een focus op Nederlandse in het buitenland en buitenlanders in Nederland. Wij krijgen op onze beurt de kans om de bijzondere verhalen van de verzekerden te delen op een vernieuwende manier.

Voor OOM Verzekeringen lanceerden we o.a. de rubriek Ik Vertrek waarin we tal van ondernemers in het buitenland hun verhaal laten doen, inclusief hun insiders tips in hun nieuwe thuisland. Waar Barts Boekje vooral bekend is vanwege de snelle tips en slimme adviezen, introduceerden we voor OOM Verzekeringen een tweewekelijkse column in nieuwsbriefvorm, verstuurd als een nieuwsbriefspecial naar al onze lezers. Deze columns worden geschreven door onze ambassadeurs in o.a. Kenia, Zuid-Afrika en Dubai.

Daarnaast is het 'tussenjaar' en het studeren in het buitenland natuurlijk niet meer weg te denken onder de Nederlandse jongeren. Om die reden bedachten we voor OOM Verzekeringen Barts Studentenboekje: op dit moment nog een categorie op de site, vanaf de zomer van 2023 een eigen landingspagina.

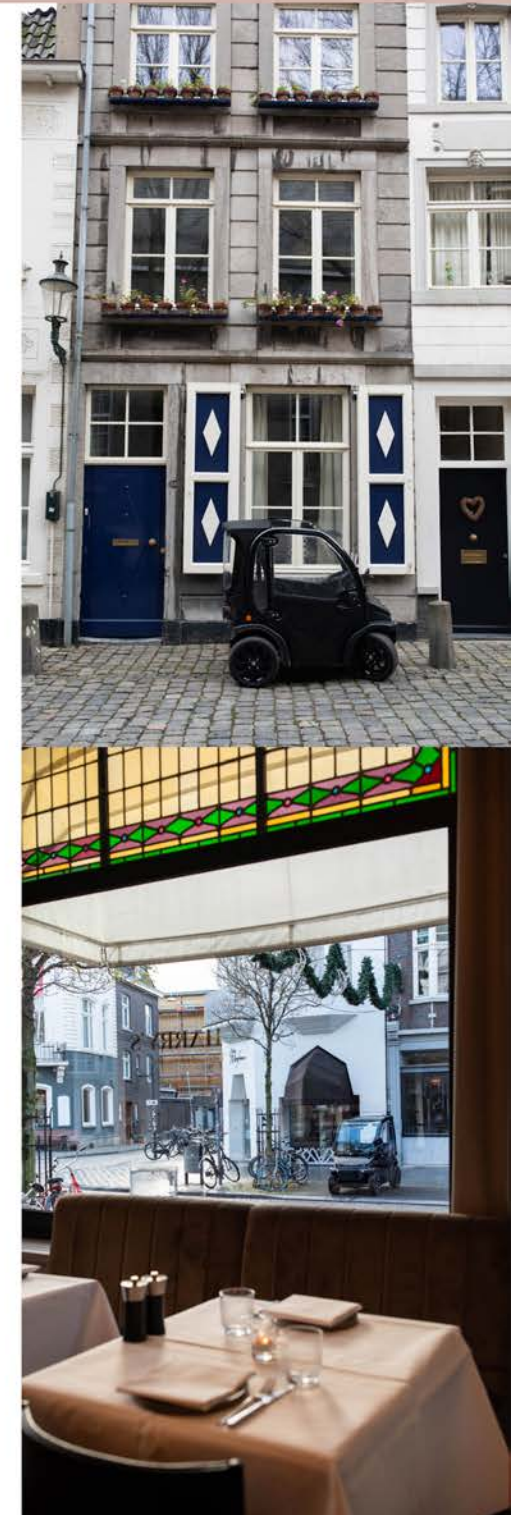
externe collega's **Birò Nederland**

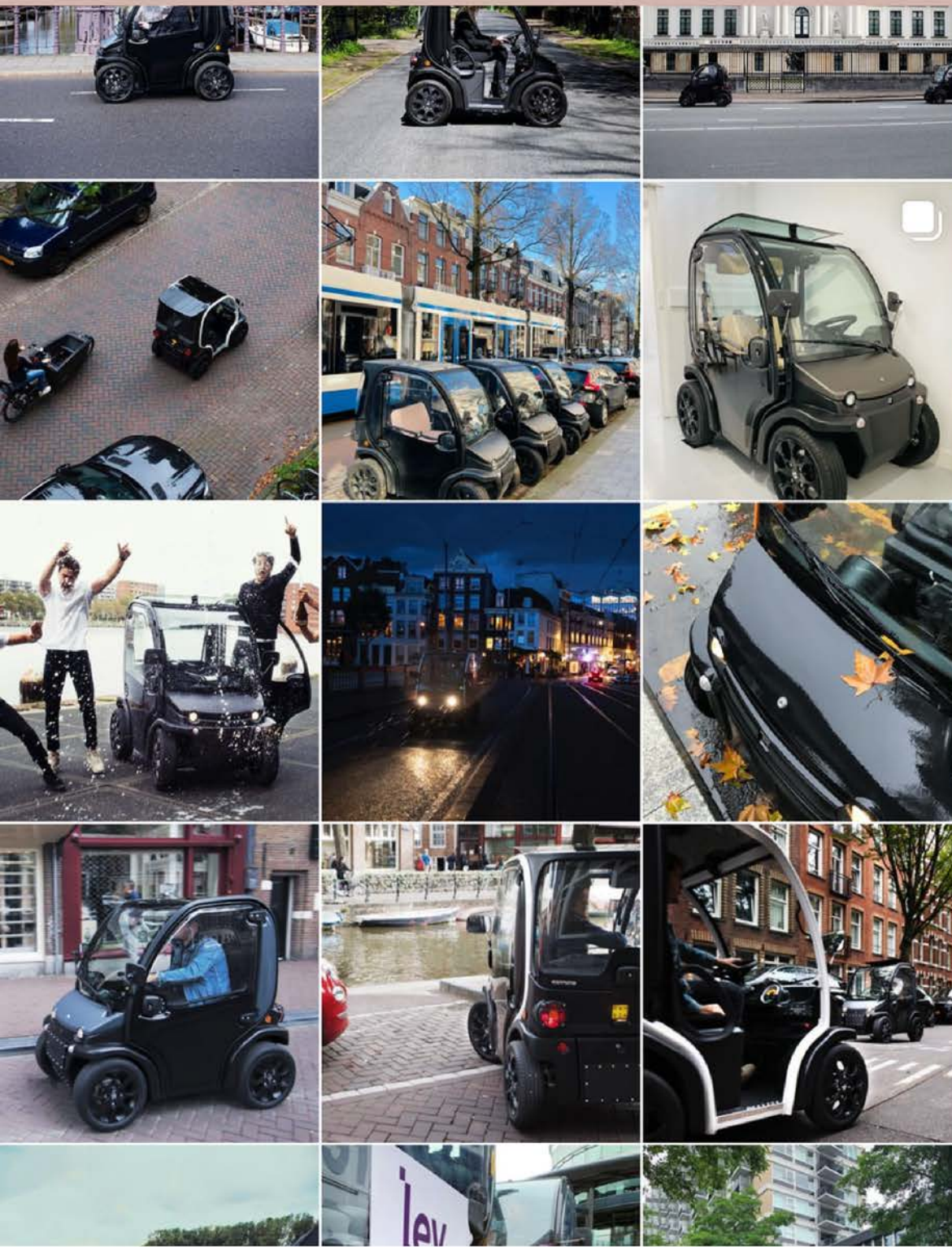
Samen met Birò Nederland hebben we gekeken naar het imago van Birò in Nederland, naar de mogelijkheden en de kansen hierin, en droegen we een jaar lang bij aan alle marketing en communicatie gerelateerde werkzaamheden voor Birò.

Er verschenen o.a. interviews in verschillende media, we herschreven de website, maakten allerhande beeldmateriaal (video en fotografie), gaven feedback, advies en mediatraining, en namen op day-to-day basis de social media van Birò over.

In een half jaar tijd zag Birò het aantal proefritten aanzienlijk toenemen met dank doelgerichte social media campagnes, en daarmee eveneens de verkoop. Daarnaast trachten we het imago van Birò te verschuiven door het duurzame karakter van Birò te benadrukken, naast het gemak van het verplaatsen door de drukke stad. We focusten meer op de provincie dan op Amsterdam en wachten op toestemming van de gemeente Amsterdam voor de lancering van Birò's meest duurzame initiatief, Birò Share.

In het half jaar dat we de socials van Birò overnamen hebben we meer dan 140.000 accounts bereikt op Instagram. Door aan de juiste knoppen te draaien was 94.9% van de cijfers afkomstig uit advertenties. Ook op Facebook zagen we een mooi verschil, het bereik van de Facebook pagina nam toe met 60.740 accounts in het half jaar dat wij achter het account zaten.





Birò Nederland



458 vind-ik-leuks

bironederland Wist je dat we ook een store hebben in Eindhoven? Je bent hier altijd welkom! En mocht je daar langskomen, ga dan ook eens langs bij onze favoriete hotspots in deze gezellige stad. Je vind ze in onze hoogtepunten!

8 december 2022



externe collega's **Chateau Amsterdam**

Het succes stond niet stil na de marketing en communicatie gerelateerde werkzaamheden van Birò Nederland. We gingen een samenwerking aan met Chateau Amsterdam en namen we drie maanden lang werkzaamheden voor onze nieuwe externe collega's uit handen. Barts Boekje nam de social media over (zowel Facebook als Instagram), stimuleerde de verkoop van het Oogstfeest, bemoeiden ons met social ads en de influencer samenwerkingen en schoten beeldmateriaal.

In nauwe samenwerking met Chateau Amsterdam hebben we een advertentie gebouwd en een evenementen pagina opgezet. Bij de campagne is het verkoopresultaat voortdurend geanalyseerd en op deze manier is de advertentie continue aangepast.

Op dezelfde manier hebben we in deze drie maanden tijd een blueprint gecreëerd die door Chateau Amsterdam ook na de samenwerking nog ingezet kan worden. Door de blueprint te gebruiken en op deze manier posts te boosten, creëer je een 'golf' van engagement, wat ook gunstig is voor de andere posts.

In de drie maanden dat we de socials van overnamen hebben we meer dan 100.000 mensen de campagnes van het evenement kunnen laten zien. Per maand bereikte we tussen de 90.000 en 140.000 mensen op Instagram meer dan het jaar ervoor. Op Facebook was dit verschil tussen de 50.000 en 70.000 mensen.



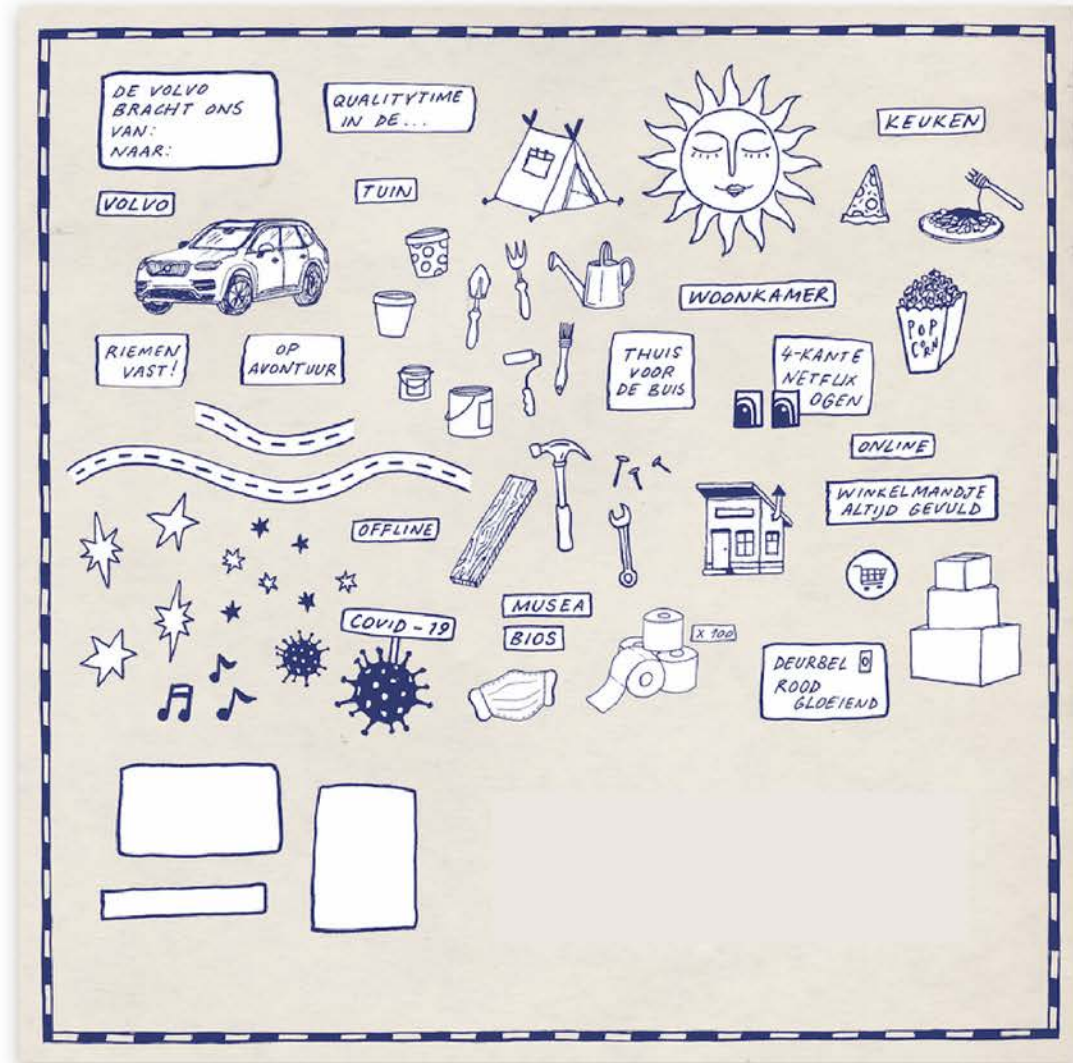
Volvo Nederland

Hallo 2019, hallo wereldwijde pandemie, hallo lockdowns... Hallo 2020, op naar een nieuw jaar.

Los van al het leed dat het Covid-virus veroorzaakte, uiteraard het belangrijkste, was de tijd van de lockdowns voor veel mensen een lastige periode. Veel thuis, weinig vertier. Natuurlijk maakten we er het beste van, en hoe. In 2019 klusten we massaal aan ons huis en in de tuin, knutselden we er op los én her-ontdekten we bovenal hoe leuk en veelzijdig Nederland wel niet is. Niet met het OV, nee: dat deden we in het comfort van onze eigen auto.

Om dit te 'vieren', en om 2019 waar mogelijk met een positief gevoel af te sluiten en 2020 welkom te heten, creëren we voor Volvo Nederland een printbare poster (te downloaden via BartsBoekje.com en Volvo Nederland) van Nederland waarop hele gezinnen hun highlights van het voorgaande jaar door heel Nederland op konden tekenen. Plus een eigen geïllustreerde selectie raamstickers (voor een klein bedrag (verzendkosten) te koop via onze shop, en te downloaden, te printen en zelf uit te knippen) om in het autoraam te plakken, geleverd met een raamstift om zelfs in de auto nog meer routes en herinneringen aan 2019 op de (auto)ramen te kunnen tekenen. Uiteraard gepaard met een social media campagne via Barts Boekje.

KLEURPLAAT STICKERS





do not disturb
Auping

Het bedenken van originele concepten voor mooie merken is en blijft onze favoriete bezigheid, met name wanneer niet alleen de klant maar ook onze lezers hier baat bij hebben. Voor Auping resulteerde dit in verschillende campagnes, altijd passend bij de focus van het merk op dat moment:

- Auping is aanwezig in veel prachtige hotels in Nederland en België. Onze artikelen over dé hotels met de fijnste bedden van Nederland en België is nog altijd een van onze best gelezen artikelen (en ook de salesmedewerkers van Auping halen hier voordeel uit);
- Veel mensen kennen Auping wel, maar weten niet hoe veelzijdig het merk is. Om die reden hebben we met verschillende social media posts laten zien hoe eenvoudig je je slaapkamer een nieuwe look geeft met Auping (o.a. met wisselende hoofdborden, nachtkastjes en beddengoed);
- Aangezien een Aupingbed bijna een levenlang meegaat, lieten we zien dat Auping heel geschikt is voor een junior slaapkamer (en dat bed gaat mee de studentenkamer in);
- Hetzelfde geldt voor kleinschalige vakantiehuisjes: we stylden het Auping x Barts Boekje huisjes van Family Buitenhuis, en brachten het hele proces in beeld;
- In 2022 lag de focus van Auping op het claimen van rust in het algemeen. Een uitgerust hoofd voor een beter leven. Een prachtige campagne. In het verlengde hiervan, lanceerden we de Do Not Disturb pagina + socials. We benaderden verschillende resorts en vroegen hen een unieke Barts Boekje x Auping retrait te creëren. Deze accommodaties ontvingen Auping beddengoed en overteksets zodat lezers die een van de retraits boeken, onder Auping slapen en zodoende een totaalbeleving ervaren. De retraits worden uiteraard gepromoot via Barts Boekje.



do not disturb
Auping

"We komen bij Auping elke dag ons bed uit om de wereld uit te rusten. Barts Boekje is een plek waar we die missie heel goed kunnen uitdragen. Maartje en haar team verzinnen creatieve en goed passende ideeën, die verder gaan dan standaard product placements posts.

Van een slaapkamer make-over tot hotelbedden reviews en van daybeds in de tuin tot een dedicated Rust & Retraite pagina, het wordt allemaal in een handomdraai georganiseerd, en geschreven in een taal die zowel bij Barts Boekje past als bij het Auping merk. Kortom een hele fijne samenwerking die voor beide partijen relevant is, en ook nog eens heel leuk"

Ilse Peters, Brand Manager bij Auping.

content creatie
Tui Nederland

Ruim vier jaar lang verzorgden we content in tekst en beeld voor TUI Nederland. We schreven de goed gelezen blogs voor het TUI platform, deden verschillende social media take-overs per jaar en waren inzetbaar voor o.a. TUI radio-opnamen en -campagnes. Door andere ideeën over de toekomst hebben we gezamenlijk besloten om andere partnerships aan te gaan, maar we kijken terug op vruchtbare jaren (en kijken verwachtingsvol naar de toekomst en nieuwe mogelijkheden op dit vlak met andere partners).

Dergelijke samenwerking hebben niet altijd de afzender 'Barts Boekje'; we doen dit eveneens voor verschillende commerciële merken zonder afzender, zoals bijvoorbeeld het magazine van modelabel Summum.

Artikelen voor derden

Al sinds het begin van Barts Boekje in 2012 schrijven en fotograferen (print en online) we voor een scala aan mediatitels zoals ELLE, Harper's Bazaar, Cosmopolitan, JAN, &C, VT Wonen, Flow, Delicious en meer.

Deze werkzaamheden vallen onder 'Bureau Bart' – wel de kwaliteit van Barts Boekje, maar de klant is de afzender.

content creatie

Tui Nederland



"Ik vond het heel erg fijn om met Barts Boekje en Maartje te werken omdat ze altijd de meest unieke plekjes weten te vinden, en deze op een hele inspirerende en authentieke manier weten over te brengen.

Een 'eigen stijl' is zo belangrijk binnen de enorme zee aan influencers en content makers, en de Barts Boekje content bestond altijd uit een reeks tips die op onze kanalen zorgden voor een mooi bereik en clicks naar de website. Het team van Barts Boekje is altijd op zoek naar vernieuwing en weet kanaalbreed content te produceren. Het was stevast erg fijn om de kruisbestuiving op te zoeken met de Barts Boekje boeken, Cool Cape Town, of een sponsorship op het kanaal Barts Buis. Een kers op de taart we, ook als het geen samenwerking betrof, je altijd met TUI meedacht en ons bedrijf benoemde in de magazines waarin je/ Barts Boekje ook present was.

Kortom, een hele fijne partnership waarin team Barts Boekje te allen tijde ook commercieel meedacht met ons als klant".

Christine Van Hedel, Social Media Manager TUI Benelux.

KidsToGo.nl

Voor het baby- en kindervoedingsmerk NaturNes Bio (Neslé, tegenwoordig Gerber Nederland) bedachten en ontwikkelden we een eigen URL en landingspagina: KidsToGo.nl, een branded website met precies die tips die ouders die graag onderweg zijn willen weten. Deels met doorgeschakelde artikelen van BartsBoekje.com, passend bij het onderwerp (voor voldoende doorklikmogelijkheden), deels unieke content. Altijd to go, en dat dan met het kroost. Dat dit even leuk, zo niet leuker, kan zijn, net zoals vroeger zonder kids, bewezen we met alle artikelen en socials voor KidsToGo/ NaturNes Bio.

Wekelijks ging KidsToGo ruim over zijn benchmark heen en kregen we veel goede respons op de artikelen, socials en de tips.

Door deze lange termijn samenwerking van ruim drie jaar, kregen we de kans om los van de gemaakte afspraken veel spontane, authentieke content te creëren passend bij zowel de doelgroep, NaturNes Bio en natuurlijk Barts Boekje.





KidsToGo.nl

"Werken met Barts Boekje draait om SAMENwerken. Wat is belangrijk voor ons merk, wat past bij de doelgroep van Barts Boekje, en er zo echt een win-win uit halen voor alle partijen. Ik ben er trots op dat we hier beiden ook buiten de gebaande paden hebben durven gegaan en met Kids To Go iets hebben neergezet dat ruimschoots voorbijgaat aan de 'klassieke' influencer samenwerking. En ik vind Maartje echt een ambassadeur: ze omarmt een merk en legt daarbij niet alles op een weegschaal. Tegelijkertijd is het hele team lekker duidelijk: "nee is nee, ja is ja", ik houd ervan."

Willemijn Sanders,
Marketing Manager Infant Nutrition bij Nestlé.

Sonos

SANTA-index & JAN magazine



“Samenwerken met Maartje (en het team van Bart’s Boekje) voelt inmiddels heel vertrouwd. Maartje kent haar following door en door, en weet op die manier authentieke content te creëren die haar volgers inspireert.”

IJze de Vries, Manager Communications & Advocacy Benelux

Al geruime tijd werken we op campagne-basis samen met Sonos. Eén van de laatste samenwerkingen was de SANTA-index, een tool van Sonos die meetbaar en inzichtelijk maakte in welke landen het eerst, en in welke mate, kerstfilms en kerstmuziek gekeken en geluisterd werden.

Hiervoor teamden we met JAN magazine (print & online). We maakten verschillende reels, stories en ander beeldmateriaal die door alle drie de partijen gebruikt werden (JAN, Sonos en Barts Boekje), o.a. in de wereldwijde nieuwsbrief met een miljoenenbereik van Sonos.

Een jaar eerder waren het eveneens onze beelden die door Sonos gebruikt werden (zonder Barts Boekje als afzender) voor hun kerstmailing. Deze werkzaamheden vallen onder 'Bureau Bart' – wel de kwaliteit van Barts Boekje, maar de klant is de afzender.

Bartventskalender

In 2019 lanceerden we voor het eerst onze Bartventskalender – een adventskalender maar dan de hele maand november, ontstaan uit het idee dat december een overkill aan cadeauopties heeft, en je eigenlijk liever je (cadeau)kast al vol wil hebben om hier tijdens de feestdagen uit te kunnen putten. Dus openen we al drie jaar iedere dag van november een digitaal deurtje van onze Bartventskalender. Achter iedere deur een cadeau (passend binnen de voorwaarden van de kansspelbelasting) van een van onze partners.

Niet alleen een cadeau voor onze lezers: uiteraard ook media-aandacht voor deze partners, te weten een (dedicated) nieuwsbrief op de dag dat hun eigen Bartventsdeurtje open gemaakt wordt, social media aandacht en diverse artikelen.

WAT VOOR RESULTATEN BEHAALDE DE BARTVENTSKALENDER?

- Gedurende één maand schreven maar liefst 15.500 mensen zich in voor de Bartventskalender nieuwsbrief.
- Ook het verkeer naar de website loog er niet om: in november bezochten gemiddeld 80.000 mensen de Bartventartikelen.
- Op social media werden gemiddeld 195.000 ogen geprikkeld met de Bartventskalender.
- De open rate van de Bartventskalendernieuwsbrief was gemiddeld 65.4% en de click rate 44.4%.



"Barts Boekje is echt de enige website die ik altijd check voordat ik ergens ga eten/ op reis ga. Altijd", Frederique, al zeker 10 jaar Barts Boekje lezer

Bart Boekt

Het aller-, aller-, allergrootste succesverhaal is natuurlijk ons grote schare aan loyale fans. De mensen die Barts Boekje wekelijks, zo niet dagelijks raadplegen en onze tips blind opvolgen. Een vertrouwen dat we niet graag schaden. Sterker nog: we zetten alles op alles om dit zo te houden.

Maar als deze mensen ons blind vertrouwen, is het dan niet slim om een selectie accommodaties te maken die wij hen in het volste vertrouwen durven aan te raden, zodat met een druk op de knop de volgende vakantie kan worden geboekt? Een boekingpagina anders dan alle andere omdat hier Barts Boekje betrouwbare, onafhankelijke platform vol reviews naast staat.

In totaal hebben we ruimte voor 200 hotels binnen ons Bart Boekt profiel.



Jullie merk?

Jullie merk hier? Ok, dat is natuurlijk een tenenkrommende dooddoener, dat is waar. Echter zijn we nog lang niet uitgedacht, -gebrainstormd en -gecreerd en we zouden graag nog meer mooie verhalen en pagina's aan dit bestand toevoegen. Mocht je interesse hebben in een samenwerking zoals een van bovenstaande partnerships, of juist totaal iets anders willen, laat het ons weten!

tot snel,
Team Barts Boekje

