



Matthijs Hooghiemstra heeft al elf jaar een ontwerp bureau. FOTO NIELS WESTRA

Van kunstenaar naar marketeer

Een gedrukte folder kan wel degelijk goed werken. Niet alles hoeft online, vindt ontwerper en marketingmanager Matthijs Hooghiemstra (32) uit Oentsjerk.

KARIN DE MIK

Voor een snelgroeïende Friese leasemaatschappij bedacht hij de slogan: 'Durf nieuwe wegen te ontdekken'. De leasemarkt verandert, vertelt Hooghiemstra. „Bedrijven bieden nu ook elektrische auto's, fietsen en tankpassen aan, waarmee je tevens in het ov kunt." De start van de campagne is overigens uitgesteld door de coronacrisis. „Het bedrijf vond het niet gepast in deze tijd, omdat veel klanten het moeilijk hebben."

Hooghiemstra bedenkt concepten, marketingcampagnes en ontwerpen voor zijn klanten. Hij is gespecialiseerd in onlinemarketing, maar doet print zeker niet in de ban. „Ik geloof in een combinatie van beide. De deurmat wordt steeds leger. Mensen krijgen minder post. Dan kan het juist goed werken als je als

bedrijf een gerichte, geadresseerde brief verstuurt. Je bent dan een van de weinigen en valt daardoor meer op."

Hooghiemstra studeerde aan de Academie Minerva in Groningen. De eerste jaren ontwierp hij vooral huisstijlen, logo's en websites, vanuit zijn kamer in zijn ouderlijk huis. Maar op esthetisch verantwoorde plaatjes zaten ondernemers niet te wachten, vertelt hij. „Zij willen dat je iets maakt, waardoor hun product goed verkoopt."

Dus legde hij zich zo'n vier jaar geleden door zelfstudie en het volgen van trainingen en cursussen toe op onlinemarketing, op de verleiding van de consument. „Sommige bedrijven noemen me gekscherend de marketingmanager. Ik bedenk concepten, acties en zorg ervoor dat die goed vindbaar zijn via Google. Voor horecazaken combineer ik een flyer-tje op tafel vaak met een adverten-

tiestory op Instagram."

Hij merkt dat ondernemers vooral behoefte hebben aan iemand die met ze meedenkt en hun marketing uit handen neemt. Ook in deze zware tijden klopten enkele horecaondernemers bij hem aan. Voor Stania State in Oentsjerk bedacht hij allerlei boxen met daarin een brunch, maaltijd of high tea, die mensen kunnen ophalen of laten bezorgen. „In de weekenden is er een To Go-ki-osk open. Mensen stonden afgelopen zaterdag in de rij en hielden keurig afstand. Voor Moederdag is er een ontbijtbox te bestellen."

Onlinemarketeer doet print zeker niet in de ban

De Oentsjerker merkt dat bedrijven vaak hun eigen verhaal willen vertellen. „Als mediator kun je uitleggen waarom je zo goed bent, maar je kunt ook vertellen dat een klant hoge kosten kan besparen op een advocaat door jou als mediator aan te stellen. Zo leg je de consument uit hoe je zijn probleem kunt oplossen."

Hooghiemstra wil niet groter worden. Personeel aannemen is niet zijn wens. „Bedrijven weten nu altijd met wie ze te doen hebben. Ik merk dat ze het fijn vinden om juist met mij te sparren." Er zijn ondernemers die groeien en hun bedrijf verkopen om een pensioen te hebben. Maar dat is evenmin zijn keuze. „Ik wil op den duur gaan lesgeven en presentaties houden. Dat laatste doe ik nu ook al. Ik heb in allerlei keukens kunnen kijken van kleine en grote bedrijven. Die opgedane kennis wil ik graag doorgeven."