

Vinden en binden van klanten

MET DE PUBQUIZ



Wie deel neemt aan de PubQuiz is verzekerd van een gezellige en sfeervolle middag. Wie wint, kan rekenen op een prachtige trofee voorzien van logo en uiteraard eeuwige roem. "Afgelopen november zijn we gestart met de inmiddels steeds populairder wordende PubQuiz," vertelt Ruud Niesten, relatiebeheerder op de afdeling Marketing, Communicatie en Zorgadvies. Naast onder andere de Theatershows die hij al enige tijd organiseert, heeft hij samen met Daan Annegarn de PubQuiz ontwikkeld en vorm gegeven. "Daan is productcoördinator en initiator van dit bijzondere project," zo vertelt Ruud. "Het enthousiasme van mensen tijdens het spel en de manier waarop mensen het ervaren en zelfs opbloeien is leuk om te zien."

HOE WERKT HET

De PubQuiz bestaat uit zes rondes met elk tien vragen. Zo kan de eerste ronde vragen bevatten uit categorieën als sport, actualiteit of, afhankelijk van de plaats waar je bent, Rotterdam of Dordrecht. In de tweede ronde moet men foto's raden en een ander onderdeel bestaat weer uit muziekfragmenten. Het aantal deelnemers is maximaal veertig, verdeeld in groepen van vier. Elke groep vormt een team, waarvoor men een eigen deelnemersnaam mag verzinnen. De beste drie teams krijgen een prijs. En de nummer één krijgt een trofee.



EEN BIJZONDERE ERVARING

"In het begin zie je mensen benuwd kijken. Sommigen zijn geen vreemden van elkaar, maar er zijn er ook bij die niemand kennen. Er kwam een keer een man alleen en ging in het begin apart zitten in een hoekje. Later bleek hij een geweldige avond te hebben gehad en hij kon het prima vinden met de andere deelnemers. Gedurende het spel zie je dat iedereen los komt en vrolijk mee doet. Het zijn onze gasten. Ze worden in de watten gelegd met koffie en een feestelijk drankje, want iedereen moet zich op zijn gemak voelen."

VERRASSENDE VRAAGEN

Ook voor Ruud zitten er nog wel eens verrassende vragen bij. "Wat is de voornaam van Erasmus? Dat wist ik gewoon niet. Nu we de PubQuiz regelmatig draaien, merken we dat we het niveau goed moeten aanpassen aan de buurt waar je komt. Niet te moeilijk, maar zeker ook niet te makkelijk, dat is niet leuk. De grijze hersencellen moeten wel even hun best doen," lacht Ruud.

GEWOON DOERSAAN

"Het gebied van De Stromen Opmaat Groep is zo groot dat we voorlopig doorgaan met de PubQuiz. Het streven is er elke maand twee te organiseren, verdeeld over het gebied van Opmaat en De Stromen. Zijn we op het terrein van De Stromen, dan verkopen we uiteraard dat merk, staan we in het deel van Opmaat, dan zijn we allen Opmaters," zo stelt Ruud nog even duidelijk vast.

"Als organisatie laten we met deze bijeenkomsten zien dat we naast zorg ook cultureel - de wijktheaters - en met leuke activiteiten bezig en betrokken zijn. Zorg is namelijk lastig te verkopen. Met de PubQuiz, maar ook met andere soortgelijke bijeenkomsten, geef je aan dat je voor leuke momenten kunt zorgen. Daarnaast vertel ik altijd dat we er ook zijn als het even minder met iemand gaat. Een goede PR en het wordt bijzonder gewaardeerd, merken wij."