



'We doen wat we zeggen'

Smith Communicatie: Jong, fanatiek en ambitieus

Indirect speelt PR adviesbureau Smith Communicatie een belangrijke rol bij de campagne 'Haags Goud'. Niet alleen verzorgde het bedrijf de promotie van de Haagse sportsponsorprijs 'Gulden Ooievaar', het organiseert ook het Topsportgala komende maand. Dat alles legt eigenaar Leontine Smith (37) en haar team geen windeieren. „We merken dat we zijn ontdekt.”

TEKST: MIKE BOESCHOTEN FOTO: HANS WILLINK

Smith Communicatie, gevestigd aan de Scheveningse Dr. Lelykade, is een in 2003 opgericht bureau, dat zich bezighoudt met het positioneren van bedrijven. „Bedrijven willen weten wat hun imago is, hoe ze bij anderen bekendstaan. Dat weten ze niet precies. Dan gaan we marktonderzoek doen. Daaruit volgt hun huidige

imago'. Dan rijst de vraag wat het gewenste imago is. Misschien willen zij heel anders bekendstaan. Wij helpen deze bedrijven daar bij”, aldus Smith.

„Om te beginnen zetten wij die nieuwe positionering op papier en brengen de doelgroepen in kaart. Dan kijken we hoe we de expertise van

Leontine Smith te midden van haar medewerkers Marissa Krul (links) en Nicky van Putten. Marijke Uitdehaag en Manon Verhoeven ontbreken op de foto.

een bedrijf naar buiten brengen. We maken een paspoort van de directeur en kijken of er congressen plaatsvinden op zijn of haar vakgebied. Daar kan de directeur zijn of haar ervaring en expertise toelichten. We kunnen het ook koppelen aan een PR-campagne: via interviews zorgen dat je in de pers komt.”

Inmiddels telt het klantenbestand van Smith Communicatie zo'n twintig bedrijven. Zowel landelijk als regionaal timmert het bureau druk aan de weg. Eind 2008 werden Smith en haar team, bestaande uit vier fulltimers, ingeschakeld voor de Den Haag Marketing promotieprijs, een prijs voor personen, bedrijven of instellingen die in het afgelopen jaar een belangrijke positieve bijdrage hebben geleverd aan het nationale of internationale imago van de stad Den Haag. Tegelijkertijd werd Smith, samen met voormalig proftennisser Marcella Mesker, gevraagd om de PR-campagne voor de Gulden Ooievaar voor haar rekening te nemen, alsmede het Haags sportdebat. Die kans greep ze met beide handen aan. „Het is belangrijk bedrijven te enthousiasmeren om te blijven sponsoren in de sport. Zeker in deze economisch wat mindere tijden.” Over Haags Goud: „Heel goed dat dit idee er is. Zo ondersteun je niet alleen de sporters, maar bied je het bedrijfsleven een extra campagne waarin het mee kan in de publiciteit die Haags Goud genereert.”

Smith Communicatie spreekt een aardig woordje mee als het gaat om het verzorgen van PR voor bedrijven en (sport)evenementen. Vooral in de golfsector - Smith organiseerde in 2006 en 2007 een driedaags strandtoernooi op Scheveningen - heeft het bedrijf zich een stevige positie verworven. „Als zo'n golfevenement goed verloopt, vragen mensen zich af wie

daarvoor verantwoordelijk is. Voor we het wisten werkten we met de grootste golf touroperator van Europa (Pin High Golftravel, red.) samen. En dat opent weer deuren richting andere sectoren."

Het eindstation is voor Smith Communicatie nog lang niet in zicht. „We staan aan de vooravond van een goede fase. We merken dat we zijn ontdekt en dat veel bedrijven met Smith Communicatie willen werken. Waarom? Omdat we doen wat we zeggen. Maar dat is niet het enige argument. We zijn een jong en gedreven team, zo staan we ook bekend. We zijn erg fanatiek!"
Doelen voor de komende tijd? „Als bureau willen we binnen nu en drie jaar uitgroeien tot een middelgroot bureau bestaande uit tien medewerkers en sport doorgetrokken hebben als specialisatie. We willen mooie landelijke campagnes verzorgen, ook

Carrière in vogelvlucht

Na de middelbare school begon Leontine Smith aan de HEBO (Hogere Europese Beroepen Opleiding) aan de Haagse Hogeschool. Van 1996 tot 2001 werkte de geboren en getogen Haagse bij Winkelman en Van Hessen als communicatiemanager. De daaropvolgende twee jaar was zij actief voor een ICT-bedrijf. In 2003 kreeg Smith een zoon en besloot ze het even een jaartje rustiger aan te doen, om vervolgens haar eigen bedrijf te starten. In 2007 doopte ze de eenmanszaak om tot een bv. Hetzelfde jaar werd ze gekozen tot 'Jonge Netwerker van het jaar'. Daarmee verwierf ze de nodige naamsbekendheid.

op sportgebied. Regionaal doen we dat al heel sterk. Aangezien het concept vaak hetzelfde is, kun je dat landelijk doortrekken. Dat is onze ambitie. En in de golfsector onze positie behouden en waar het kan verstevigen."
Hoewel Smith als klein meisje het liefst naar de HALO wilde, lijkt ze prima op haar plek. Het leiden van

een bedrijf, opdrachten aannemen en uitvoeren, hard werken; het lijkt haar in het bloed te zitten. Een carrière-move sluit ze uit. „Dit is écht mijn passie. Ik vind het leuk als er een bedrijf met een nieuw product komt en mij vraagt hoe ze dat het best aan de man kunnen brengen. Ik vind het heerlijk om dit werk te doen. Ik zou niets anders willen."

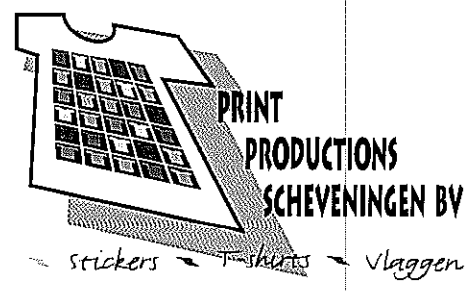
Zeil eens binnen bij Print Productions Scheveningen



voor o.a.

- beachflags
- banieren
- vlaggen
- spandoeken
- tassen
- stickers
- T-shirts
- bedrijfskleding
- belettering
- reclameborden

Kwaliteit waarvoor je overstag gaat !



Stevinstraat 336 - 2587 EZ Scheveningen
telefoon 070 - 354 25 22 fax 070 - 355 30 73

Surf ook eens op www.printproductions.org