



PartyPeople wordt PPeople

Wat doe als je als evenementenbureau al 8 jaar dezelfde naam draagt? Het dekt de emotie, maar je vraagt je af of je nog wel dát bent waar je naam voor staat. Dan ga je nadenken, wikken en wegen, en uiteindelijk lijkt het antwoord heel simpel: je verandert de naam!

Acht jaar lang droeg PartyPeople haar naam en besloot deze zomer haar naam te veranderen in PPeople. Sheila Verhoeven-Gijselman en Bart van de Beek van PPeople: "Met de oude naam lag de nadruk meer op feesten, terwijl wij juist in de loop der jaren veel meer zijn gaan doen. Voor PPeople bestaat 30 procent uit het organiseren van vermakelijke evenementen, maar daarnaast organiseren wij onder andere productpresentaties, evenementen en incentives voor de zakelijke markt. Dat is natuurlijk niet alleen maar party!"

De keuze voor een andere naam viel al snel op PPeople. Verhoeven-Gijselman: "We wilden niet een totaal andere naam. Onze relaties moeten ons wel blijven herkennen. Het was voor ons een logische stap om er PPeople van te maken. De 'P' staat niet alleen meer voor 'Party' maar ook voor product, passion, performance, play, perfection, promiss en pride."

Parel voor exclusiviteit

Bij een andere naam hoort uiteraard een nieuw, fris beeldmerk en daar is over nagedacht bij PPeople. Van de Beek: "Ons beeldmerk rolt naar rechts, altijd vooruit! De grijze tekens, staan voor prikkelen. Daarnaast is er een parel in verwerkt die voor exclusiviteit staat. En uiteraard die twee P's. De een staat voor de breedte en kernwaarden van onze organisatie en de ander voor 'People'. Uiteindelijk organiseren we voor mensen, door mensen en met mensen. Wij ontwikkelen, prikkelen en inspireren. Dit alles om emotie uit te lokken. Een emotie is een sterke gevoelsmatige reactie die wordt uitgelokt door de waarneming van specifieke prikkels. Onze mission statement slogan luidt dan ook: specialist in prikkels." De reacties van klanten en relaties zijn enthousiast. "De relaties die ons kennen vinden het een logische stap en we bereiken hiermee sneller de mensen die ons nog niet kennen. Zowel qua naam als logo worden we er alleen maar sterker op!"

Doe-het-zelf-lancering

Voor de bekendmaking van de naam en het logo en daarmee ook de lancering van de nieuwe website heeft PPeople een bijzondere actie verzonnen. Iedereen opent en onthult individueel de website, de naam en het logo. Verhoeven-Gijselman: "We laten onze relaties in de eenvoud beleven hoe het

is om een evenement te organiseren. De creativiteit en humor die hiermee gepaard gaat, staat model voor ons. We laten ze voelen dat er inderdaad veel disciplines nodig zijn om een evenement te organiseren. Alle relaties krijgen een draaiboek opgestuurd met daarin alle instructies. Vliegsvlug onder groot applaus beleeft iedereen vervolgens zijn eigen lancering van p-people.nl We doen het altijd anders!"

Met de nieuwe site p-people.nl breidt PPeople tegelijkertijd haar mogelijkheden uit. Van de Beek: "Dit jaar wordt het mogelijk om online incentives te boeken. Binnen 24 uur ligt er een offerte op je bureau. Daarnaast is de site duidelijk en overzichtelijk. We categoriseren in 'zakelijke evenementen', 'vermakelijke evenementen' en 'incentives' en presenteren ons met cases. Bedrijven kunnen ook zich meten aan de 'value meter'. De value meter vertelt of de geformuleerde doelstellingen zijn gerealiseerd en of het evenement de beoogde effecten bereikt heeft. Kortom, de value meter geeft antwoord op de vraag; heb ik een goede investering gedaan?"

PPeople verwacht met deze vernieuwingen nog duidelijker te zijn voor de zakelijke markt. "We gaan deze markt prikkelen en verrassen door niet alledaags te zijn." ●