

PERSBERICHT

Reclame voor goede reclame

Hans van Dijk, bedenker 'WC-eend', schrijft Zapklare Brokken

Sassenheim, november 2007 – De reclame is een bijzondere bedrijfstak. Je kunt er net zoveel verdienen als een hersenchirurg zonder ooit iets geleerd te hebben. Wat je nodig hebt is talent, gezond verstand en een boek met inzicht in hoe reclame werkt. En dat is er nu: een handzaam, leesbaar en leuk boek van een insider.

Een belangrijke motivatie voor auteur Hans van Dijk om het boek Zapklare Brokken te schrijven is zijn waarneming dat het matig is gesteld met de kwaliteit van reclame in Nederland. Door de smalle marges in de branche is er weinig tijd voor een adequaat leertraject. Jonge reclamemakers worden snel in het diepe gegooid. De auteur laat aan de hand van vele voorbeelden zien, waaraan je een goede campagne kunt herkennen. Met Zapklare Brokken maakt Van Dijk reclame voor goede reclame.

Vrijwel alle theorieën, begrippen en vaktermen die dagelijks in de reclamewereld worden gebruikt, komen aan de orde. USP, image, positioneren, reason why, merk, concept, likeability....alles wordt helder uitgelegd. Zapklare Brokken is vooral een praktische gids. Hoe werkt een reclamebureau? Wat komt er kijken bij het bedenken van een idee? Waarom is reclame verslaafd aan Bekende Nederlanders? Hoe zit het bureaulandschap in elkaar? En: hoe vind je er een baan?

Zapklare Brokken is een must voor iedereen die iets met reclame heeft te maken vanuit de bureauwereld danwel vanuit adverteerderszijde. Hoewel niet specifiek geschreven als studieboek, is het boek prima inzetbaar in opleidingstrajecten. Zapklare Brokken is dermate toegankelijk en vlot geschreven dat het een breed publiek – ook van buiten de reclame – zal boeien.

Participant in de uitgave is de VEA, de club van professionele communicatieadviesbureaus, bekend van opleidingen, trainneeprogramma's en de EFFIE. Het boek is ontworpen en vormgegeven door George Noordanus, ontwerper van onder meer de legendarische PSP verkiezingsaffiche uit 1971.

Over de auteur

Hans van Dijk is copywriter, en was enkele jaren de meest bekroond copywriter van Nederland. Hij werkte mee aan veel geprezen campagnes voor onder andere ABN AMRO, Hak, Melkunie, Mora, het Rijksmuseum en Shell. Recent werd een slagzin van hem en toenmalig partner Bart Kuiper – 'Wij van WC-Eend' – door het GVR uitgeroepen tot 'beste slagzin aller tijden'. Hij heeft gewerkt bij diverse toonaangevende bureau's en is nu actief vanuit zijn eigen reclamebureau Skipintro.

titel	: Zapklare Brokken
ondertitel	: Alles wat je moet weten over reclame
auteur	: Hans van Dijk
uitgever	: Van Vliet Uitgevers
isbn	: 978-90-78263-03-6
nur	: 803
omvang	: 288 pagina's, genaaid gebrocheerd, full colour
winkelprijs	: € 29,50
verkrijgbaar	: (internet)boekhandel, Centraal Boekhuis, uitgever

Noot voor de redactie

Voor meer informatie of recensie-exemplaar kunt u contact opnemen met Hans van Vliet, 0252 218454, info@vanvlietuitgevers.nl. Kijk ook op www.zapklarebrokken.nl. Als bijlage de inhoudsopgave en het eerste hoofdstuk in pdf.