



## Beste marketing blog: Spotlight Effect

Er zijn verdomd veel marketingweblogs in Nederland en dat is logisch. Als er één ding is waar marketeers goed in zijn, dan is het zichzelf promoten. Dus heeft iedere zichzelf respecterende marketingconsultant een eigen weblog. Op IT'ers na is er geen beroepsgroep die zo actief is met bloggen. Helaas is méér niet altijd beter, zo valt mij op als marketingjournalist (van Adformatie, straks Emerce) en vaste bezoeker van menig marketingblog. Veel marketeers verliezen zich inhoudelijk in papegaiengedrag of focussen teveel op zoekmachine-optimalisatie om hun blog toch maar vooral hoog te laten scoren bij Google. Leuk, maar prediken marketeers zelf niet voortdurend dat content de koning is? Nou dan!

Inhoudelijke valkuil van veel langlopende marketingblogs is dat ze na verloop van tijd voorspelbaar worden, in herhaling vallen of zich verliezen in incrowd-discussies. Voorbeeld: als twitteraar heb ik niks tegen Twitter, maar kunnen we alsjeblieft ophouden om iedere twitterscheet op te blazen tot een aparte blogdiscussie?

De jury van de Dutch Bloggies was op zoek naar een origineel en verfrissend geluid uit de wereld van marketingblogs. We stuitten vooral op groepsblogs, maar ook op enkele individuen met een goede focus. Want focus is cruciaal: voegt een weblog iets toe aan het bloglandschap? Groepsblogs zijn vaak in het voordeel omdat ze kunnen teren op meer kennis en inzet, maar ze moeten ook goed de balans bewaren. Ze moeten waken om geen vergaarbak te worden van het reeds genoemde papegaiengedrag en incrowd-geneuzel. Een relatieve nieuwkomer begint weliswaar met een achterstand, maar kan zich onderscheidend en helder positioneren. Mits dat goed gebeurt oogst zo'n nieuwkomer sympathie en waardering.

De jury van de Dutch Bloggies heeft voor zo'n nieuwkomer gekozen: fris, origineel, goed geschreven en in een fraai en toegankelijk jasje. Je weet natuurlijk nog niet alles van de wereld als je nog maar student bent, maar dat weerhoudt sommige aankomende communicatieprofessionals er niet van om een weblog over marketing en communicatie te maken die de routiniërs naar de kroon steekt. De jury van de Dutch Bloggies geeft de prijs voor het Beste Marketingweblog van 2007 aan... het jonge team van The Spotlight Effect.

<http://www.spotlighteffect.nl/>

The screenshot shows the homepage of the Spotlight Effect blog. At the top, there is a navigation menu with categories like 'Alledaags', 'Communicatietrends', 'Second Life', 'Economie', 'Foto's', 'Internationaal', 'Internet', and 'Interpersoonlijk'. Below this is a search bar and a 'Zoek' button. The main header features the 'spotlighteffect' logo and the tagline 'de communicatieblog van Nederland'. The main content area is divided into two columns. The left column features an article titled 'Lifehacking: Buzzword Bingo' by Edial Dekker, dated 16 maart 2008. The article includes a small image of a bingo card and a '+kudos' button. The right column contains three informational boxes: 'Wat is Spotlight Effect?' (describing the blog's mission), 'Blijf op de hoogte' (with options for RSS, email, and Twitter), and 'Investeren in communicatietalent?' (encouraging contributions).