



J



# IK BEN THOMAS

Ik ben een positieve teamplayer met een passie voor marketing en communicatie. Het gedrag van bedrijven en consumenten boeien en inspireren mij enorm. Door een enthousiaste en kritische houding motiveer en activeer ik mensen. Ik krijg energie van de lach van de ander en binnen projecten zorg ik altijd voor veel optimisme, efficiëntie en een positieve sfeer.

## **DIT BEN IK IN 3 WOORDEN**

Positief, enthousiast en (zelf) vertrouwen

## **HIER BEN IK GOED IN**

Communicatie (intern & extern), marketing, branding, 'spin in het web', project management, (event) organisatie, sport, consumenten gedrag en psychologie

## **DIT VIND IK LEUK**

Sporten, backpacken, lezen en gezelschapsspellen

**IK BEN  
THOMAS**

**NÉT DIE VONK DIE BEWEGING VEROORZAAKT**

## ORGANISATOR

**STICHTING LANDELIJK FIETSPLATFORM** – FEB '18 – HEDEN

Het Fietsplatform is verantwoordelijk voor de lange afstand fietsroutes in Nederland. Deze routes willen ze vernieuwen en nieuw elan geven. Te beginnen met de Zuiderzeeroute. Hiervoor wordt een startbijeenkomst georganiseerd met alle betrokken partijen. De organisatie van de bijeenkomst, het programma en de begeleiding van de dag zelf ligt in mijn handen.

## COMMUNICATIEBEEEST

**NATURALIS** – MEI '17 - HEDEN

De communicatie afdeling van Naturalis bedenkt alle nieuwe campagnes voor het museum en voert ze uit. Een goed voorbeeld daarvan is de campagne van *T. rex* Trix die met een award is beloond. Op deze afdeling ben ik betrokken bij zowel de campagne van *T. rex*, de campagnes over nieuwe tentoonstellingen en andere dagelijkse online en offline communicatie uitingen. In directe samenwerking met de projectleider zorg ik voor veel doe-kracht en frisse invalshoeken. Op deze manier werk ik aan alle facetten binnen de campagne en lever ik overal mijn input op.

## ORGANISATOR EN COMMUNICATOR

**MIDDENIN** – OKT' 16 - HEDEN

Voor Middenin organiseer ik het jaarlijkse netwerkevent. Daarbij zorg ik voor de PR van het evenement en de communicatie met de deelnemers. Daarnaast ben ik ook verantwoordelijk voor het opzetten en versturen van nieuwsbrieven, het afnemen van interviews, communicatie via social media en het updaten van de website.

## COMMUNICATIEADVISEUR

**WATERRECREATIE NEDERLAND** – JUNI '17 – NOV '17

Bij het knooppunt Hollandsch Diep – Dordtsche Kil bevindt zich een gevaarlijke situatie. Waterrecreatie Nederland geeft extra voorlichting aan recreatievaarders om zo de situatie op het water te verbeteren. Mijn taak was om een onderzoek uit te voeren naar de veiligheidsbeleving van waterrecreanten op dit knooppunt. Op deze manier kon Waterrecreatie Nederland de impact van hun voorlichting achterhalen.

## COMMUNICATIE EN PROJECTONDERSTEUNING

**RVO PLATFORM DUURZAME HUISVESTING** – NOV '16 – JAN '18

Vanuit de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland leverde ik communicatief en projectmatig advies bij het Platform Duurzame Huisvesting. Ik was verantwoordelijk voor de communicatie strategie en de uitingen van het Platform. Daarnaast was ik mede verantwoordelijk voor, en gaf ik advies over de koers en structuur van het platform. Door veel contact met de platformleden en sturing van hen functioneerde ik als 'spin-in-het-web' en zorgde ik voor stabiliteit en groei van het Platform.

## SPIN IN HET WEB

**PLATFORM 31** – OKT ' 16 – JAN ' 17

Binnen de City Deal Circulaire Stad was ik de spin in het web tussen alle betrokken partijen. Dit betekent dat ik toezag op het proces van het project, de voortgang hiervan en de communicatie met alle betrokken partijen.

## COMMUNICATOR

**BOVAG** - OKT ' 16

Voor BOVAG nam ik actief deel aan rondtafelconferenties om op deze manier informatie, data en kennis te vergaren om op een solide manier een visiedocument over de rol van BOVAG richting haar leden te kunnen schrijven.

**BRAND BUILDER****BUNQ** – FEB ' 16 – JUL ' 16

Bij bunq was ik verantwoordelijk voor het opzetten van een overall marketingstrategie, vergroting van de merkbekendheid door ludieke acties en evenementen, organisatie van evenementen en het vormen van een merk identiteit door bunq's kernwaarden te definiëren.

**COMMUNICATIEMEDEWERKER (STAGE)****UNICEF** – AUG ' 13 – FEB ' 14

Bij UNICEF was ik onderdeel van het campagneteam, zorgde voor de realisatie van een vrijwilligerstool en heb ik wetenschappelijk onderzoek uitgevoerd. Daarnaast was ik ook direct betrokken bij de actie van de Samenwerkende Hulp Organisatie t.b.v. de Filipijnen.

**MASTER BUSINESS ADMINISTRATION (MARKETING)**

UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM – 2015 - 2016

Afstudeerrichting: Brand associations and consumer behavior

**PRE-MASTER BUSINESS ADMINISTRATION**

UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM - 2016

Richting: Marketing

**BACHELOR COMMUNICATIEWETENSCHAP**

UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM – 2011 - 2014

Afstudeerrichting: Persuasieve communicatie

## WINNAAR CASE STUDY ABINBEV

**BRANDING COURSE UVA** – OKT ' 15

In groepsverband (4) ontwikkelden wij een branding strategie voor het biermerk Corona van ABInBev. Om tot een advies te komen hebben wij een grondige markt- en consumentenanalyse uitgevoerd.

## COMMUNICATIE – VICE VOORZITTER

**RODE KRUIS STUDENTENDESK LEIDEN** – SEP '14 – MEI ' 15

Samen met mijn commissiegenoten heb ik een gezondheidsproject opgezet op een basisschool in Leiden. Het doel was om de kinderen zelfredzamer te maken in hun eigen leefomgeving en bij hun dagelijkse bezigheden.

**THOMAS VAN REST MSC**

05-10-1992

06 48228599

thomas@jongehonden.com

www.jongehonden.com