



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**

## COMMUNICATIE &amp; CAMPAGNE ADVISEUR

**SOLIDARIDAD** – FEB '19 – JUN'19

Samen met iedereen in de keten - van boer tot multinational - werkt Solidaridad aan eerlijke producten. Als communicatie adviseur bij Solidaridad adviseerde ik collega's in b2b communicatie, zette ik een publiekscampagne op, werkte ik aan de zichtbaarheid van projecten en benutte ik PR kansen.

## MARKETINGADVISEUR

**ROMEINEN.NU** – JUNI '18 – OKT '18

RomeinenNU heeft als doel om de Romeinse tijd in Nederland beter onder de aandacht te krijgen. Dit gaat aardig de laatste jaren, maar er is behoefte aan een vervolgstap. Samen met een collega ontwikkelde ik een nieuw marketingplan en adviseerden we RomeinenNU met concrete vervolgstappen. Daarnaast gaven wij een marketingworkshop aan de medewerkers van RomeinenNU zodat zij in de toekomst in staat zijn om zelf met marketing aan de slag te gaan.

## COMMUNICATIEMEDEWERKER

**GEMEENTE NIEUWEGEIN** – JUNI '18 – OKT '18

De gemeente Nieuwegein miste frisheid en doe-kracht op de communicatieafdeling. Het team van adviseurs en medewerkers kwam nu niet aan alle werkzaamheden toe. Waardoor de adviseurs te veel in de uitvoering zaten en minder tijd hadden voor strategische vraagstukken. Ik functioneerde als uitvoerende sparringpartner van de adviseurs om hen te ontlasten en frisse input te verzorgen.

## MARKETING EN COMMUNICATIEADVISEUR

**CENTRAAL MUSEUM UTRECHT** – JUNI '18 – OKT '18

Binnen het Centraal Museum was ik o.a. verantwoordelijk voor de ontwikkeling van concrete producten. Producten zoals het jaarverslag en de corporate folder. Ook was ik verantwoordelijk voor de marketing en communicatie van het nijntje museum. Ik zorgde ervoor dat voor verschillende middelen content werd gecreëerd, ik stemde af met de educatieafdeling en stuurde bij als bleek uit de ticketverkoop dat dit noodzakelijk was.

## ONDERZOEKER

**STICHTING LANDELIJK FIETSPLATFORM** – MEI '18 – SEP '18

Het Fietsplatform wilde onderzoeken of zij een nieuwe doelgroep konden aanboren. Dit onderzoek werd door mij uitgevoerd. Middels deskresearch, interviews en een enquête heb ik de karakteristieken, behoeftes en beweegredenen van de nieuwe doelgroep achterhaald.

## MARKETING EN COMMUNICATIEADVISEUR

**WOONSTICHTING ALWEL – PLACEMAKING ETTEN-LEUR** – APR '18 – MEI '18

Een groot, leeg pand dat is opgekocht door Alwel werd gevuld met tijdelijke 'placemaking' activiteiten. Mijn taak was om een positionering en naam voor het 'placemaking' project op te zetten en vervolgens een communicatieplan voor de gehele periode van dit project op te stellen.

## COMMUNICATIEBEEST

**NATURALIS** – MEI '17 – MEI '18

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 was ik betrokken bij zowel de campagne van *T. rex*, de campagnes over nieuwe tentoonstellingen en andere dagelijkse online en offline communicatie uitingen.

**COMMUNICATIE ADVIES 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 communicatiestrategie en de uitingen van het Platform. Daarnaast was ik mede verantwoordelijk voor en gaf ik advies over de koers en structuur van het platform.

**PROJECTLEIDER NIEUWE WEBSITE****JONGE HONDEN - MEI '17 – NOV '17**

Tijdens mijn eerste periode bij Jonge Honden heb ik ervoor gezorgd samen met een intern team en met een websitebouwer dat er een nieuwe website werd ontwikkeld die paste bij onze identiteit, huisstijl en bij de verschillende behoeftes.

**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.

**TRAINING BRAND MANAGEMENT**

ICM OPLEIDINGEN – SEPT. 2018

**LEIDERSCHAPSTRAJECT**

KRAUTHAMMER – SEPT. 2018

**TRAINING PERSOONLIJK LEIDERSCHAP**

THE DISCOVERY COMPANY – MEI 2018

**MASTER BUSINESS ADMINISTRATION (MARKETING)**

UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM – 2015 - 2016

Afstudeerrichting: Brand associations and consumer behavior

**PRE-MASTER BUSINESS ADMINISTRATION**

UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM - 2016

**BACHELOR COMMUNICATIEWETENSCHAP**

UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM – 2011 - 2014

Afstudeerrichting: Persuasieve communicatie

**THOMAS VAN REST MSC**

05-10-1992

06 48228599

thomas@jongehonden.com

www.jongehonden.com