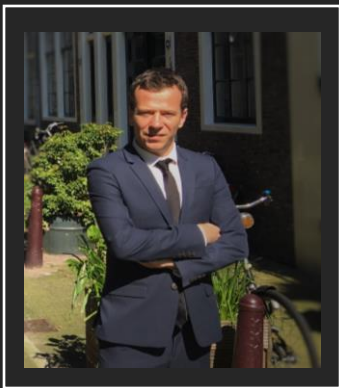




PATRICK BUS

COMMUNICATIEADVISEUR

PROFIEL

Ik kan snel complexe (beleidsmatige) materie analyseren, eigen maken en vertalen naar tekst, video en beeld voor alle beschikbare offline en online kanalen. Strategie en maken zijn bij mij altijd aan elkaar verbonden.

CONTACT



06-46604527



Langestraat 43 A
1015 AK Amsterdam



patrick@amsterdamc.com



Seniorcommunicatieadviseur

De Nederlandsche Bank

Communicatieadviseur intern 40 uur per week

Oktober 1999 – Februari 2002

- ✓ Schrijven van financiële artikelen voor DNB Magazine (externe communicatie)
- ✓ Schrijven van dagelijks nieuws en mededelingen op intranet (interne communicatie)
- ✓ Redactie personeelsblad "Florijn"
- ✓ Afnemen van interviews
- ✓ Woordvoering (piketdiensten)

De Nederlandse Moslim Omroep (Nederland 1)

Televisiemaker en nieuwsverslaggever 40 uur per week

Maart 2002 – Maart 2006

- ✓ Bedenken en regisseren van reportages (10-28 min)
- ✓ Eindredactie live talkshow MEETINGPOINT
- ✓ Bedenken en schrijven van het kinderprogramma "Wat doe jij!"
- ✓ Deelname documentaire Master Class "Kids and Docs"

International Documentary Festival Amsterdam

Winnaar Scenario documentaire

Mei 2005 – December 2005

Wedstrijd van het Mediafonds waarin 10 geselecteerde documentairemakers de strijd aangaan (6 maanden) om met hun eigen geschreven scenario €125.000 te winnen en de film te maken voor televisie. Ik was de winnaar met mijn scenario "De grote schaduw van Stampersgat".

Communicatieadviseur tijdelijke opdrachten

Maart 2006 –

Voorbeelden relevante communicatieopdrachten:

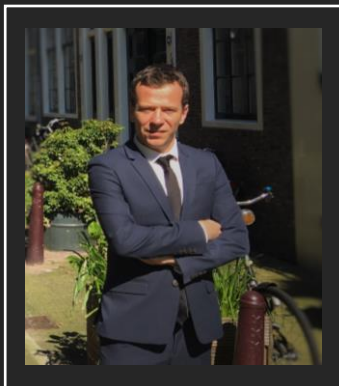
Europese Unie Interreg North Sea Programme IIIB

Communicatieadviseur lokale overheid internationaal 40 uur per week

Maart 2006 – Mei 2007

De Rural Alliances project bracht 12 partners uit Noordwest-Europa bij elkaar om de uitdagingen van de demografische veranderingen op het platteland aan te pakken.

- ✓ Intern adviseren van de verschillende internationale gemeenten (vanuit Nederland en via regelmatig bezoeken van andere landen) om de rurale gemeenschappen en bedrijven actief samen te brengen en in te spelen op de waarden van landelijke gemeenschappen van loyaliteit, trots en eigenwaarde.
- ✓ Schrijven van Engelstalige teksten voor intern gebruik
- ✓ Maken van een film over de 15 projecten zodat elke deelnemer kon zien waar de ander mee bezig was en hoe het project zich ontwikkelde.
- ✓ Organiseren van het eindcongres in Friesland.



PATRICK BUS

COMMUNICATIEADVISEUR

COMPETENTIES

Verbindend



Oplossingsgericht



Strategisch



Flexibel



Hands-on mentaliteit



COMMUNICATIEMETHODE

Factor C



Systemisch denken



Agile Scrum



Casii



De Nederlandsche Bank

Verschillende interne communicatieopdrachten verspreid over vijf jaar. Hier een paar voorbeelden: 36 uur per week

Mei 2006- Augustus 2011

Thema: Privacy protocollen voor Toezicht

✓ Nieuwe regels voor privacygegevens verordening vertalen in heldere interne teksten op het intranet voor medewerkers op alle afdelingen

Thema: Wat zijn de eigenschappen van een echte leider?

✓ Bedenken campagne binnen de bank, budgetbeheer, uitzetten opdracht externe bureaus, organisatie

Thema: Crisismanagement. Wat te doen bij een monetaire crisis?

✓ Beleidsanalyse, gedragsambitie, gedragsanalyse en strategische aanpak, gesprekspartner directie. Trainingen voor middel en hoger management, cases en opbouw netwerk

Slotervaartziekenhuis

Communicatieadviseur audiovisueel patiëntenvoorlichting 24 uur per week

Augustus 2006 - December 2006

Hoe zorg je ervoor dat ouderen de stap maken (zonder angst) van huisarts naar het Slotervaartziekenhuis om te laten onderzoeken of ze beginnende dementie hebben?

✓ Bedenken en maken van de film “Een dagje bij dagkliniek Geriatrie” Waarin patiënten een dag kunnen meelopen en zien hoe het eraan toegaat bij de dagkliniek geriatrie van het Slotervaartziekenhuis.

✓ Uitgevoerd in 5 talen, gezien de bi-culturele samenstelling van Slotervaart

✓ Verspreid door heel Nederland bij 4000 huisartsen

✓ Meer dan 5 jaar gebruikt

Stadsdeel Amsterdam Centrum

Januari 2009- Januari 2010

Communicatieadviseur gemeente 32 uur per week

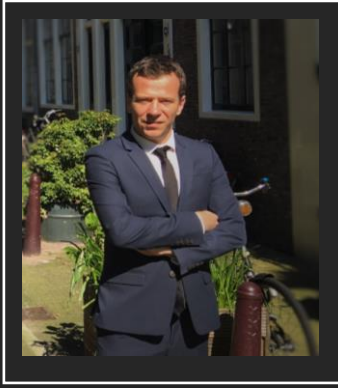
De Amsterdamse binnenstad is het visitekaartje van de stad. Amsterdam zal zich moeten blijven onderscheiden van andere steden om haar aantrekkingskracht te behouden. Hoe zien jonge managers van stadsdeel Amsterdam Centrum de toekomst van de binnenstad?

✓ Communicatiestrategie “Toekomst van de Amsterdamse binnenstad” ontwikkelen met als doel het ondersteunen en versterken van de binnenstadsbeleving in Amsterdam.

✓ (Mede)schrijven aan het boekje “De toekomst van de binnenstad”.

✓ Maken van de film “De toekomst van de binnenstad”.

✓ Bedenken en geven van de training “Van nota naar elevatorpitch” voor jonge managers



PATRICK BUS

COMMUNICATIEADVISEUR

SCHRIJFVAARDIGHEDEN

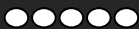
Communicatieplan



Persberichten



Nieuwsbrieven



Blogs



Voorstellen



Subsidievoorstellen



Redigeren



Krantenartikelen



Scenario's



Maandrapportages



Afval Energie Bedrijf Amsterdam

Campagneadviseur 40 uur per week

Mei 2011- oktober 2011

Het AEB had een pitch uitgeschreven om hun gehele externe communicatie te veranderen met de vraag "Hoe kan AEB een duurzamer profiel krijgen binnen Amsterdam?". Deze pitch heb ik in competitie met zes andere grote communicatiebureau, in mijn eentje gewonnen.

- ✓ Nieuw logo ontworpen
- ✓ Tekst en beeld van de nieuwe brochures gemaakt Engels/Nederlands
- ✓ Bedrijfsdocumentaire, tweetalig
- ✓ Zes arbeidsmarktfilmpjes gericht op vmbo-en mbo-leerlingen
- ✓ Tien sociale media teasers
- ✓ Vijf internationale salesfilmpjes voor de Engelse markt
- ✓ Opzetten en monitoren van sociale mediakanalen als Twitter, Facebook en YouTube

Aidsfonds

Campagneadviseur 24 uur per week

Maart 2012- Januari 2014

Door de steeds betere hivmedicijnen zijn mensen met hiv niet meer besmettelijk voor anderen. Dit staat lijnrecht tegenover de boodschap die gezondheidsorganisaties de laatste 20 jaar hebben voortgebracht.

- ✓ Beleidsanalyse (officiële richtlijnen over condoomgebruik)
- ✓ Gedragsanalyse (door betere medicijnen zijn de officiële richtlijnen aan verandering toe. Het stigma en beeldvorming maakt verandering moeilijk.)
- ✓ Gedragsambitie (Organisaties en het publiek moet genuanceerder gaan denken over besmettingsgevaar bij hivpatiënten die medicijnen gebruiken.)
- ✓ Strategische aanpak (Serodiscordante koppels hun ervaringen laten delen om zo langzaam de beeldvorming te veranderen.)
- ✓ Uitvoering (Een documentaire gemaakt die de twijfels laten zien bij de partner die geen hiv heeft op het moment dat de wetenschap hen vertelt dat ze zonder condooms kunnen vrijen.)
- ✓ Uitvoering (De film heeft op filmfestivals gedraaid en daardoor een groot publiek getrokken. Online is hij 80.000 keer bekeken. De film heeft ook een tour gemaakt door Nederland waarin ik ook als dagvoorzitter en spreker fungeerde.)

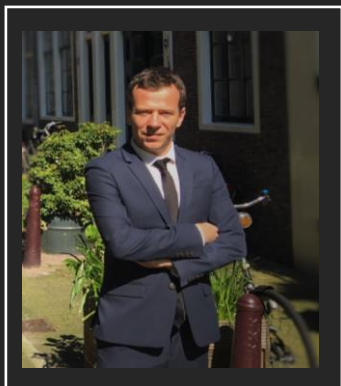
Ministerie van Onderwijs, Cultuur en wetenschap

Campagneadviseur 24 uur per week

Juli 2014- December 2015

De Nationale Wetenschapsagenda is een publiekscampagne waarin de vertaalslag wordt gemaakt van droge wetenschap naar publieksparticipatie.

- ✓ Beleidsanalyse (Hoe leeft de wetenschap bij de Nederlanders?)
- ✓ Gedragsanalyse (Kunnen Nederlanders een connectie gaan maken met wetenschap?)
- ✓ Strategische aanpak (Kan de wetenschapper uitleggen waarom wetenschap belangrijk is? Waarom is de toekomst daarin belangrijk en hoe kan "de gewone man" hieraan bijdragen?)
- ✓ Draagvlak creëren bij stakeholders, interne medewerkers en het Nederlandse publiek.
- ✓ Communicatiemiddelen laten maken (website, audiovisueel, print, en festival), pr, (persbenadering krant, televisie, radio, onlineblogs, influencers, kunstwedstrijd publiek)



PATRICK BUS

COMMUNICATIEADVISEUR

SOFTWARE

CMS Joomla



CMS Wordpress



Mailchimp



Spotter



Copernica



MEDIAMONITORING

Coosto



LexisNexis



OBI4wan



GGD Amsterdam & Gilead Sciences Nederland

Campagneadviseur 24 uur per week

Juli 2015- Juli 2016

Publieke voorlichtingscampagne over de nieuwe (voor het eerst 92% genezende) medicijnen voor hepatitis C. Doel is om te informeren en testbereidheid te vergroten.

- ✓ Beleidsanalyse overheids campagne 2009
- ✓ Gedragsanalyse focusgroepen (migranten, LHTB, drugsgebruikers en bloedtransfusies)
- ✓ Laten maken van vier voorlichtingsfilms per doelgroep
- ✓ Schrijven van voorlichtingsteksten voor website en sociale media
- ✓ Verspreiding van voorlichtingsmateriaal bij ziekenhuizen
- ✓ Samenwerkingsverband organiseren tussen verschillende infectieziekte organisaties en ziekenhuizen
- ✓ Draagvlak creëren

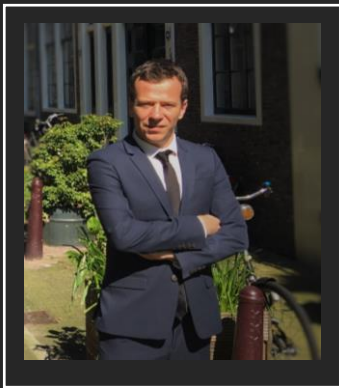
Anoniem (geheimhoudingsclausule in contract)

Reputatiemanagement online (Issuemanagement) Tussen 8 en 36 uur per week

Juli 2016- Januari 2018

Adviesbureau voor leiderschapontwikkeling, high performing organisaties en duurzame innovaties. Met 30 jaar ervaring in strategie en implementatie, fusies en overnames in vooral de schaalvergroting en verzelfstandiging van het middelbaar beroepsonderwijs (mbo) en bij de opeenvolgende inkrimpingen een decennium later. Na het faillissement van een grote onderwijsinstelling kwam er slechte pers, kamervragen en een onderzoek over hun aandeel bij dit faillissement. Ze werden vrijgesproken van blaam maar het kwaad was geschied. Hun reputatie was geschaad en twee jaar later waren ze failliet. Na een doorstart hebben ze mij ingehuurd om een traject te bedenken en uit te voeren waarin hun onlinereputatie van negatief naar positief werd gepositioneerd.

- ✓ In kaart brengen van alle online berichtgeving richting opdrachtgever de laatste 5 jaar?
- ✓ Welke juridische middelen zijn er? (Het Europese “recht van het vergeten sinds 2016, smaad, auteursrecht, rectificatie).
- ✓ Welk strategisch traject gaan we nemen om een ander verhaal te vertellen? (Actie, reactie, respijt door schuld te bekennen, uitleg via experts, opbouw netwerk betrouwbaarheid, achter elk negatief verhaal zijn 100 successen, deskundigheidcheck).
- ✓ Opzetten van verschillende sociale mediakanalen met nieuwe consistente verhalen.
- ✓ Offlineactiviteiten organiseren (dag voor bestuurders van onderwijsinstellingen, boek, film) om zo meer transparantie en verbinding te creëren.
- ✓ Dagelijkse monitoring van top 10 google results met allerhande zoekwoorden.
- ✓ Opstellen persstrategie
- ✓ **Social mediamonitoring met Coosto**
- ✓ **Monitoringsdashboard inrichten, zoekopdrachten en alerts opstellen en rapportages verzorgen.**



PATRICK BUS

COMMUNICATIEADVISEUR

REFERENTIES

GERJANNE TER BEEST
Voorzitter bestuur V&VN
Rijnstate Ziekenhuis Arnhem



088 005 6780

DAAN TER AVEST
Directie MAS Architectuur



010 413 68 56

V&VN Verpleegkundig Consulenten Hiv

Mei 2018- 01 december

Campagneadviseur 16 uur per week

90% van de hiv-zorg wordt gedaan door verpleegkundig hiv-consulenten. Maar ze zijn maar 10% zichtbaar. V&VN vroeg mij om m.b.v. print, video en sociale media de zichtbaarheid van hun vakgebied intern en extern te vergroten. De kick-off was bij het Wereld Aids Congres 2018 in de RAI in juli jl. en zal doorgaan tot aan World Aids Day op 1 december 2018.

- ✓ Welk strategisch traject gaan we volgen om een ander verhaal te vertellen?
- ✓ Schrijven van communicatieplan
- ✓ Vertalen van communicatieplan naar tekst en video voor sociale media
- ✓ Beheer van website en CMS
- ✓ **Dagelijkse monitoring (Coosto) van sociale mediakanalen en website**
- ✓ Schrijven van korte nieuwsberichten

OPLEIDINGEN

1995-1999 **Niveau wetenschappelijk onderwijs**

MEDIA- EN CULTUURWETENSCHAP (voormalig Film- en Televisiewetenschap)
Bovenbouwstudie binnen communicatiewetenschap waarin bestudeerd wordt hoe beeld, beeldvorming en representatie van groepen in communicatie, media en maatschappij invloed heeft. Afgestudeerd op zelfbeeld en imago bij groepen in conflict.

Universiteit van Amsterdam

Masters of Arts behaald

1994-1995

NEDERLANDSE TAAL- EN LETTERKUNDE

Vrije Universiteit Amsterdam

Propedeuse behaald

Vwo

Norbertuscollege Roosendaal

Diploma behaald