

Even voorstellen:

Floor Boonstra

Als online marketeer zorgt Floor Boonstra ervoor dat de campagnes van **Boekenweek**, **Nederland Leest**, **NS Publieksprijs**, **Kookboekenweek** en **Zomerlezen** online goed zichtbaar zijn.



'Voordat ik bij de CPNB terecht kwam werkte ik als campagnemanager bij de Jaarbeurs. Daar was ik verantwoordelijk voor de bezoekerscampagnes voor logistieke beurzen. Na zes jaar merkte ik dat ik graag wilde werken bij een organisatie die beter aansloot bij mijn interesses.'

Ik wilde graag werken bij een organisatie die beter aansloot bij mijn interesses.

'Ik merk dat online marketing steeds belangrijker wordt. Kijkend naar het succes van #ikleesthuis, waar we via sociale media een groot bereik hebben gecreëerd. Een boek lezen was

populairder dan Netflix kijken! Het is mooi om te zien dat je interactie hebt met je publiek, vooral wanneer lezers actief meedoen met activiteiten, zoals het delen van boekentips.'

'Ik ben trots op de resultaten van de NS Publieksprijs. Deze campagne is volledig online en hiermee hebben we dit jaar een recordaantal stemmen behaald.'

'Dit jaar focus ik me op het verbeteren van de vindbaarheid van onze websites in Google. Onder andere door nauwer samen te werken met lezersplatform Hebban, dat sinds januari bij de CPNB hoort. Zo kunnen we meer inhoud geven aan online campagnes, lezers inspireren en inspelen op actualiteiten.'



Boekentip

'Alle boeken van Murakami vind ik heel cool! Je verdwijnt door zijn schrijven in een wereld die niet bestaat. Je kan er je eigen verhaal van maken. Tips? *De moord op Commendatore* of *Norwegian Wood*.'