3 x hoge positie in Emerce 100

FINGERSPITZ, BLUEBIRD DAY EN E-SITES. DRIE BUREAUS DIE IEDER IN HUN EIGEN DIGITALE DISCIPLINES DE TOPPOSITIES CLAIMEN IN DE EMERCE 100: ONLINE MARKETING, E-COMMERCE EN WEB- EN MOBILEOPLOSSINGEN. ZE ZIJN ALLEMAAL ONDERDEEL VAN HANDPICKED AGENCIES. ZE HEBBEN NOG IETS GEMEEN: DE ROOTS LIGGEN IN NOORD-BRABANT, MAAR MET KLANTEN VERSPREID OVER HET HELE LAND. "HET COLLECTIEF IS ONZE KRACHT; WE ZIJN EEN HECHTE CLUB. DAT IS OOK METEEN ONZE AANTREKKINGSKRACHT."

JAAP JACOBS, MARLOES BOVÉE, WIM LA HAYE EN ROB PETERS

E100-Handpicked agencies-2019.indd 80 13-03-19 22:56

Handpicked agencies staat voor digitaal vakmanschap en bestaat sinds 2018, maar startte in 1999 al onder de naam E-sites. De familie bestaat uit zes labels: Bluebird Day, Boldly, E-sites, Fingerspitz, TDE en Weekend. Inmiddels is Handpicked agencies meer dan 140 man sterk. “In twee jaar tijd willen we doorgroeien naar 250 collega’s. We zijn niet voor niets begonnen met een uitbouw van het hoofdkantoor in Breda”, zegt Rob Peters, partner van Handpicked agencies. De afgelopen jaren heeft het concept geleid tot een continue aanwas van nieuwe opdrachten. De succesformule volgens Rob: “We zijn een écht mensenbedrijf, met een enorme drive om te presteren. De juiste mensen op de juiste plek, handpicked. Ieder label benut zo zijn eigen specialiteit, identiteit en kracht. Maar als samenwerkend collectief hebben we veel gemeen: pragmatisch, ondernemend en saamhorig.”

HANDPICKED PEOPLE

Bezoekende klanten voelen hoeveel plezier er op de werkvloer is en hoe gastvrij de medewerkers zijn. Iedereen helpt elkaar waar nodig. Zes labels, maar geen grenzen, muren of lagen: de organisatie is plat. De no-nonsenseaanpak én de beste willen zijn waarderen steeds meer klanten. Geen lange, abstracte rapporten, maar concrete voorstellen en kraakheldere actiepunten. Rob: “Behalve nauwe samenwerking tussen onze gespecialiseerde agencies bieden we ook jarenlang opgebouwde expertise in de volle breedte. Zo lossen we elk complex digitaal vraagstuk samen op.” Marloes Bovée, managing director van E-sites: “We hebben een gevestigde cultuur. Iedereen binnen Handpicked kent elkaar. We werken met zeer gemotiveerde collega’s en onze medewerkers krijgen enorm veel vrijheid. Daarmee dragen ze ook allemaal hun verantwoordelijkheid.” Rob vult aan: “Die aanpak werkt heel goed. Iedereen praat en bepaalt mee, vanuit eigen specialisatie. Met die complete verzameling van kennis en expertise helpen we de klant om keuzes te maken, als één groep. Van strategie en concept tot en met realisatie en insights. Gefocust op de hele customer journey van de eindgebruiker.”

‘De saamhorigheid en drive om te presteren is onze grootste aantrekkingskracht’

INNOVATIE

Wim la Haye, commercial director van Bluebird Day: “Innovatie is een belangrijk onderdeel van het succes van alle labels. We volgen de trends en spelen daar snel op in. Onze pragmatische aanpak, knowhow en ervaring zorgen ervoor dat we ontwikkelingen snel toepasbaar maken voor de klant. Denk aan het continu upgraden van online performance, maar ook aan integratie van nieuwe technieken zoals voicesystemen en chatbots.” Er is zelfs een Labs-team, waar technologieën als AI, *conversational experiences* en robots worden ontwikkeld. De drive om te presteren op de werkvloer is groot. “En innovatie is hard nodig om continu te kunnen presteren”, zegt Jaap Jacobs, managing director van Fingerspitz. “Zodra we herkennen dat we groei kunnen realiseren met nieuwe technieken, bespreken we het met de klant. We denken ook na over hoe we op een slimme manier het rendement en de klantloyaliteit van onze klanten kunnen maximaliseren. Ook dat is essentieel in exponentiële groei.”

WINNENDE LABELS

De hoge noteringen van Bluebird Day, Fingerspitz en E-sites bewijzen dat klanten de knowhow, kwaliteit, flexibiliteit en betrouwbaarheid onderscheidend vinden. Bluebird Day concentreert zich op e-commerce. Wim: “Wij geloven dat e-commerce het meest succesvol is als het wordt ingezet om merken en mensen dichter bij elkaar te brengen. Én als het een integraal onderdeel is van de businesscase van een organisatie.” Een innovatief succesverhaal is dat van Brabantia. “We verbeterden het platform met de nieuwste technieken en zijn gaan experimenteren met augmented reality (AR): via de camera van je smartphone plaats, bekijk en beoordeel je als bezoeker een huishoudelijk product in je huis, vóórdat je het koopt.”

Het resultaat: een flinke verbetering van de onlineshoppingervaring. Fingerspitz won in november 2018 de award voor beste online marketing agency (<50 fte) tijdens de Dutch Search Awards. Jaap: “We zien dat, naast strategisch advies en de uitvoering ervan, het bouwen van en het experimenteren met tools leidt tot betere resultaten. Daarbij focussen we ons op de gehele customer journey: awareness en traffic zijn belangrijk, maar ook conversie en retentie.” Tijdens de Dutch Search Awards won Fingerspitz ook de award voor beste CRO-campagne, samen met Plein. “We hebben de prijsperceptie getest door productprijzen op verschillende manieren te tonen, op zoek naar de beste variatie. De gemiddelde omzet per klant steeg hierdoor met 8,74%.”

E-sites ontwikkelt nu bijna twintig jaar web- en mobileoplossingen en groeit door vanuit de ambitie om ‘het beste bureau te zijn voor organisaties met uitdagende digitale vraagstukken’. Marloes: “We ontwikkelen ook API’s en webapplicaties en omarmen technieken als AI, chat & voice en intelligent things. Wij voegen echt waarde toe als de uitdaging groot is door complexiteit. Bijvoorbeeld als we een medische app koppelen aan patiëntendossiers en tegelijkertijd de veiligheid van patiëntgegevens moeten waarborgen, zonder de gebruiksvriendelijkheid voor de patiënt te vergeten.”

THEMA’S

- COLLECTIEF HANDPICKED
- UITBREIDING PAND
- INNOVATIEVE DIENSTEN
- MENSENBEDRIJF
- WINNAARS EMERCE 100

E100-Handpicked agencies-2019.indd 81 13-03-19 22:56