

# Digitaal impact maken doe je samen

DE TIJD DAT JE DIGITALE MARKETINGCAMPAGNES OP AFSTAND KON MANAGEN IS GEWEEST. PINK IS DAAR AANWEZIG WAAR DE DISCUSSIE WORDT GEVOERD EN DE KEUZES WORDEN GEMAAKT: BIJ DE KLANT!

WILLEM WAARDENBURG EN BOUDEWIJN DE JONG

**A**lles wat raakvlak heeft met digitale media interesseert Boudewijn de Jong en Willem Waardenburg, de oprichters van Pink Marketing. Vanuit hun missie om digitaal betere en mooiere campagnes te ontwikkelen ontstond in 2015 Pink Marketing, met als missie: 'Helping companies and brands stand out in the digital age.' Daarna kwam zusje Pünktlich erbij, waarin alle expertise om creatie te ontwikkelen en uit te voeren is ondergebracht. En volgde Pexi, dat een totaaloplossing biedt om merken en adverteerders minder afhankelijk te maken van bureaus en techpartijen. Deze adserver biedt een adverteerder volledig inzicht in de resultaten van zijn campagnes en brengt data weer in eigen beheer. Door de combinatie van deze drie labels kan niet alleen strategisch worden meegedacht, maar is in no time goed resultaat te realiseren. En heeft de adverteerder weer regie over zijn campagnes.

## KENNIS DELEN

Om samen met de klant impact te maken, is het volgens De Jong en Waardenburg essentieel om transparant en open samen te werken, een heldere strategie te definiëren en kennis te delen. Dan bouw je constructief aan een merk. Kennisdeling en het ondersteunen van adverteerders in het complexe landschap van 'digitaal' was vanaf de start een belangrijke doelstelling. Dat hun denkwijze aanspreekt, bleek vrij snel na de oprichting. Diverse organisaties uit het A-segment werden klant bij Pink Marketing, om er niet meer weg te gaan. Andere A-merken volgden. Ook de vele nominaties, marketing- en reclameprijzen, de FD Gouden Gazelle in 2018 als een-na-snelst groeiende bedrijf van Nederland en de sinds enkele jaren indrukwekkende positie in de Emerce Top 100 vertellen dat de propositie van Pink Marketing, Pünktlich en Pexi aantrekkelijk is. En dat deze marketingstrategie effectief is.

## GEEN LOCK-IN

"Omdat we geloven in maximale transparantie geven we klanten de volledige controle terug over hun campagnes en ontstaat er geen 'lock-in' op data of techniek", vertelt Waardenburg. "Met Pexi is het gemakkelijk om in data te kijken, zonder dat je in een ingewikkeld systeem hoeft te grasduinen en moeilijke

rapportages moet doorgronden.”

“Wij vinden dat een adverteerder de eigenaar is van z'n eigen data”, vult De Jong aan. “Wij kunnen kennis toevoegen en uiteindelijk samen groeien. Veel bureaus blijven op hun eigen domein en halen data van adverteerders in huis of ze bezitten ze en zijn daarmee ook eigenaar. Wij blijven weg van dergelijke 'lock-in'-situaties. Adverteerders zijn vrij om hun eigen keuzes te maken.”

### OMDRAAIEN

“Doordat we intensief met de klant samenwerken en veel inhouse zijn, bewegen we ons makkelijk binnen de organisatie van de klant. Hierdoor doorbreken we interne silo's en denken we mee van campagneconcept tot uitvoering. Dit is waardevol bij het combineren van marketing en creatie”, aldus Waardenburg. Waar digitale bureaus vaak pas een paar weken voor de start van een campagne aanhaken op een reeds afgestemd concept, draait Pink het volledig om. “Vanaf dag één denken we mee hoe een campagne het best over te brengen is en hoe we een creatief concept kunnen ontwikkelen dat lenig genoeg is om zowel online als offline de boodschap over te brengen. Al onze klanten hebben graag dat we direct aansluiten. Dan ontstaat er een doelgericht transmediaal plan.”

### VOLLEDIGE TRANSPARANTIE

De open en transparante insteek van Pink Marketing leidt tot goede partnerships met tevreden klanten. Eerlijk en onafhankelijk zijn belangrijke waarden hierbij. Waardenburg: “Klanten zien altijd daadwerkelijk wat er in de campagne gebeurt. Als, om welke reden dan ook, een campagne een halfuur stilstaat, weet de klant dit net zo snel als wij.” Die volledige transparantie, exact weten wat

**‘Maximale  
transparantie  
geeft klanten  
de volledige  
controle terug  
over hun  
campagnes’**

op welke website wordt uitgeleverd, wat goed presteert en wat niet, maakt campagnes kwalitatief beter. “Dit daagt ons uit om nog beter te presteren; precies zoals we het graag hebben.”

### STERKE RELATIE

Partnership bij Pink Marketing betekent dat medewerkers van Pink daadwerkelijk onderdeel zijn van hun klant en het team bij die klant. “Willen we ons werk echt goed doen, dan moeten we daar zijn waar alles gebeurt, dus bij de klant. Daardoor vergaren we meer kennis van een organisatie, maar ook van het product en de propositie waar ze naartoe willen. Uiteindelijk is de output beter, maar ook de relatie sterker”, is de ervaring van De Jong.

Omdat het merendeel van de klanten gevestigd is buiten Groningen, reist een groot deel van de 38 Pink-medewerkers regelmatig vanaf standplaats Groningen naar het westen en zelfs naar Vlaanderen. De Jong weet dat iedereen dat met plezier doet. “Zo combineren we alles. We kunnen hier blijven wonen en tegelijk voor de mooiste merken in Nederland werken.”

