LENNERT DE RIJK EN COLLEGA'S

Totaalaanpak van data, tech en marketing

MARKETING, TECHNOLOGIE, DATA EN CONSULTING: HET KOMT ALLEMAAL SAMEN BIJ ARTEFACT. HET INTERNATIONALE BUREAU MET 1100 CONSULTANTS IN 20 LANDEN, ONDER WIE 45 IN NEDERLAND, BOEKTE AFGELOPEN JAAR EEN OMZETGROEI VAN 35%. "WE ONDERSCHEIDEN ONS MET EEN TOTAALAANPAK."

"Aan onze groei dragen de consulting-, data- en marketingdiensten evenveel bij", vertelt Lennert de Rijk, CEO Benelux & Nordics van Artefact. "We hebben een brede propositie, die uniek is in de markt. Wij kunnen ons meten met consultancyfirms, mediabureaus én performance-agency's. Dat werkt alleen als je in alle drie de disciplines écht goed kunt zijn. En dat zijn we."

Artefact werpt zich op als partner bij het accelereren van digitale transformatie, maar ook voor uiteenlopende zaken als performance-marketing, datastrategie en digitale campagnes. Het bureau werkt voor klanten als Heineken, GrandVision (EyeWish en Pearle), Center Parcs, VidaXL en Douwe Egberts.

'Om overal goed in te zijn moet je echt de allerbeste collega's hebben'

"Dat doen we écht integraal, waarbij onze bijdrage reikt van strategisch advies tot klanten begeleiden bij de uitrol van een campagne of dienst."

SOFT SKILLS

De Rijk kan uitgebreid over technologie praten, maar benadrukt dat het bij deze business in de eerste plaats draait om de mensen die het werk doen. "Om overal goed in te zijn, moet je echt de allerbeste collega's hebben", vertelt hij. "Ons werk vraagt om goed ontwikkelde soft skills. Wij bieden onze mensen veel ruimte voor persoonlijke ontwikkeling, waarbij ze sowieso al veel kunnen leren van het werken in een internationale omgeving met opdrachtgevers die mondiaal actief zijn."

Daarnaast begeleidt Artefact klanten al jaren met de *inhousing* van professionals in digital marketing. "Afhankelijk van de *maturity* van de klant doorgronden we wat voor expertise echt nodig is. Wij plaatsen de juiste specialisten en kunnen ze ook trainen ter voorbereiding op hun nieuwe werk. Bovendien zorgen wij voor de *onboarding* van inhouseteams en begeleiden we de uitrol van data- en martech-stacks."

TOTAALAANPAK

Artefact neemt altijd een strategische positie in met een scherpe focus op toegevoegde waarde. De Rijk: "Wij willen geen urenfabriek zijn, maar echt samen met opdrachtgevers werken aan concrete doelstellingen. We opereren agnostisch met alle technologische partners, maar zijn tegelijk de eerste Nederlandse reseller van Google Marketing Platform én Premier Partner voor Google Cloud tegelijk."

Wat betreft data en artificial intelligence loopt Nederland bepaald niet voorop, dus is volgens De Rijk een internationaal bureau in het voordeel. Die positie levert ook internationale klanten op, zoals Carrefour. "Voor deze Franse retailer is, naast personalisatie van digital marketing, een systeem ontwikkeld met voorraadoptimalisatie van schappen in de winkel en voorspellingen van verkopen in de winkels om inzet van personeel daarop te laten aansluiten. Een goed voorbeeld van onze totaalaanpak."