

RUUD WANCK EN SASKIA WAGENMAKERS

# BE CANDID, IT'S CONTAGIOUS

CANDID HEEFT ZICH DE AFGELOPEN JAREN ONTWIKKELD TOT HET GROOTSTE ONAFHANKELIJKE MARKETING- EN COMMUNICATIEPLATFORM VAN NEDERLAND. "VANUIT ONZE DISCIPLINES REALISEREN WE GROEI VOOR ONZE KLANTEN", ZEGT RUUD WANCK, CEO VAN CANDID.

Candid verenigt de creatieve en strategische kracht van de media-bureaus Stroom en M2Media, de digitale bureaus Online Company en Havana Harbor, socialmediabureau Daily Dialogues en het reclamebureau XXS. Onlangs werden daar marketinginnovatiebureau Cogonez en brand-identity-specialist Millford aan toegevoegd. "We verenigen de vaardigheden, culturen en identiteiten van onze sterke, onafhankelijke, gespecialiseerde bureaus in één enkel platform en laten ze optimaal samenwerken door onze Candid-cultuur van openheid en onze T-shaped organisatie", zegt Wanck. "Zo levert Candid marketing- en communicatieoplossingen die door data zijn geïnspireerd, door techniek worden ondersteund en door creativiteit worden gedreven. Maar die bovenal groei realiseren voor onze klanten."

Saskia Wagenmakers, Chief Client Officer bij Candid: "Ons marketingvak verandert steeds sneller. Communicatie is in toenemende mate gespecialiseerd, gefragmenteerd en technologiegedreven, en daarmee steeds complexer. Als Candid brengen wij daarom de beste bureaus vanuit verschillende marketing- en communicatiedisciplines samen in één platform; van media, technologie en e-commerce tot brand strategy en visual identity. "Als platform staat de klant bij ons centraal en laten wij onze disciplines naadloos samenwerken. Wij noemen dit T-shaped werken, dus zowel horizontaal als verticaal de beste oplossingen bieden voor onze klanten."

#### WERELDEN KOPPELEN

Wanck: "Ook het privacybewustzijn van consumenten en organisaties zal nu gaan >





## 'HET CANDID PLATFORM BRENGT ALLE MARKETING-DISCIPLINES SAMEN'

de blik van de organisatie altijd op de klant gericht. Met elkaar bekijken we hoe we deze klant zo goed mogelijk kunnen ondersteunen bij hun communicatie-uitdagingen of businesstransformatie.”

### EUROPESE EXPANSIE

Ondanks het uitdagende coronajaar blijven de bureaus groeien. In Nederland bedient Candid met zeven bureaus inmiddels ruim 350 klanten. Het portfolio wordt steeds verder uitgebreid en verdiept. Wanck vertelt, niet zonder trots, aan de vooravond te staan van Europese expansie. “We willen de Candid-filosofie naar de landen om ons heen brengen en in de grote Europese landen de platformgedachte introduceren. Dat zullen we blijven doen vanuit ons specialisme strategie. Als we bijvoorbeeld een creatief bureau in Londen overnemen, wordt dit onderdeel van ons creatieve bureau XXS. Op die manier kunnen we onze klanten ook op internationaal niveau helpen groeien, zonder barrières of silo's tussen de verschillende disciplines.” ◀

> bijdragen aan de snelle veranderingen in marketing. De focus op technologische targeting zal deels gaan verdwijnen en goede creatie zal daarbij weer een echt onderscheidende factor worden. Ik voorzie een toekomst waarin creatie weer een hoofdrol gaat innemen, maar altijd ondersteund wordt door media, data en technologie. Bij Candid helpen we klanten om deze werelden te koppelen.”

Wagenmakers: “Daarbij is het belangrijk dat je de klant centraal zet, weet welke uitdagingen er spelen en begrijpt hoe het ecosysteem van de klant in elkaar zit. Zo kun je als partners optrekken en steeds meebewegen.”

### OPEN, TECHNOLOGIEGEDREVEN EN T-SHAPED

Candid groeit snel. Dat succes is mede te danken aan de drie belangrijke pijlers. De eerste is verankerd in de naam Candid, die staat voor de cultuur van openheid en ondernemerschap. Wanck: “Overtuiging, toewijding, ondernemerschap en een open mindset zorgen ervoor dat onafhankelijke, diverse en getalenteerde

mensen met elkaar werken aan een gemeenschappelijk doel.” Die samenwerking volgt vanuit de T-shaped organisatie. Wagenmakers legt uit: “Daarmee bedoelen we dat ieder bureau elke dag hard vanuit de eigen discipline werkt om de beste oplossingen te ontwikkelen voor klanten. Tegelijkertijd faciliteren we als platform een brede kennisdeling, waardoor onze mensen niet alleen specialisten zijn, maar ook begrip en kennis hebben van andere expertisegebieden en goed kunnen samenwerken. Zo bieden we volledig geïntegreerde oplossingen aan onze klanten, waarin creatie, media, data en technologie hand in hand gaan.”

### COMPLETE DIENSTVERLENING

Met deze aanpak onderscheidt Candid zich in de markt. “We werken bewust met slechts één bureau – het beste in de markt – per specialisme en zorgen dat onze complete dienstverlening complementair is”, legt Wanck uit. “Daarmee voorkomen we dat er intern concurrentie of silovorming ontstaat. Hierdoor is

