

## HOPPINGER

THEMA: IMPACTVOLLE GROEI EN INNOVATIE

Digitalisering leidt tot kansen zegt Gerard Pastwa, CEO van de Hoppinger Group. “Om de maatschappij en economie van morgen vitaal en inclusief te houden, moeten we digitale technologie en data benutten op een manier die kansen biedt voor alle mensen en voor alle bedrijven en organisaties. Snelheid en wendbaarheid zijn daarbij van het grootste belang. Wij zien het dan ook als onze missie om onze klanten te ondersteunen bij hun digitale transformatie en daarmee hun groei en innovatie te versnellen. Op die manier helpen we onze klanten te blijven beantwoorden aan de vragen van hun eindgebruikers en aan de verwachtingen van hun klanten. Zo ontstaat er voor iedereen een win-winsituatie.” Hoppinger is zelf van internetbureau naar strategische digitale partner getransformeerd. “Sinds 2020 werken we vanuit drie proposities”, zegt Pastwa. “Met Vidda Digital voorzien we in growth marketing en leadgenererende websites.



Hoppinger Business Solutions levert slimme tooling om data in de backoffice te structureren en ontsluiten. En Hoppinger bouwt platforms en portals die volledig geïntegreerd zijn met data en processen. Dankzij deze structuur kunnen we een digitale transformatie van a tot z ontwerpen, realiseren én versnellen. Onze werkwijze is een mix van creativiteit, datagedreven optimalisatie, bewezen oplossingen en – als dat van toegevoegde waarde is – ook maatwerk. Hier voegen we diepgaande kennis over de business van klanten aan toe, zodat onze oplossingen relevant en betekenisvol zijn. We brengen organisaties graag met elkaar in contact, zowel binnen als buiten ons portfolio. Door nieuwe connecties te vormen, leren we elkaar nog sneller te transformeren en innoveren.”

[WWW.HOPPINGER.COM](http://WWW.HOPPINGER.COM)



## INCREASE

THEMA: WIJ GAAN VOOR MEER DAN GROEI

Increase en Slimster.nl gaan als bedrijven met dezelfde eigenaars hand in hand. Deze werkwijze werpt zijn vruchten af. Met langdurige klantrelaties, stevige groei en succes bij de Dutch Search Awards en een Friends Of Search Award als concrete resultaten voor beide bedrijven.

Martijn van Dijk en Marco Schuurman zijn compagnons en eigenaren van Increase en Slimster.nl, de vergelijkingsite. Op dagelijkse basis is Martijn verantwoordelijk voor Increase en Marco voor Slimster. Martijn: “We hebben een obsessieve focus op rendement en performance van onze klanten en onszelf. Maar goed en leuk werken is meer en niet altijd in cijfers uit te drukken: ondernemend samenwerken en 100 procent op elkaar kunnen vertrouwen. Dat vertaalt zich in goed resultaat én plezier in (samen)werken. Dat noemen wij ‘meer dan groei.’ Aan onze NPS scores merken we dat klanten dit prettig vinden.

### Onderscheidend vermogen

Martijn: “Ons onderscheidend vermogen is absoluut onze werkwijze. We bekijken elk vraagstuk vanuit een totale aanpak waardoor we een klant altijd op maat kunnen helpen naar die volgende stap. Een hecht partnership met de klant is cruciaal en een voorwaarde, anders kunnen wij geen meerwaarde leveren. Een solide business case is de basis voor iedere samenwerking. Je ziet wat de investeringen kunnen opleveren. Tegelijkertijd zijn de verwachtingen over en weer gelijk inzichtelijk én meetbaar. Onze werkwijze maakt dat we onze dienstverlening deels op basis van resultaat aanbieden.”



### Kennis uitwisselen

Marco: “De groei heeft zo’n vlucht genomen dat we verhuizen naar een kantoor in Amersfoort. We zijn hard op zoek naar nieuwe collega’s bij beide bedrijven. Bij Increase zitten we intussen met zeventien man en bij Slimster met dertien man. We delen de werkvloer en functioneren als twee bedrijven. Heel handig om zo kennis uit te kunnen wisselen. Voor het team Increase is Slimster een klant. Zo zie je maar, onze klanten zijn onze partners!”

[WWW.INCREASE.NL](http://WWW.INCREASE.NL)

## LEADRS THEMA: TRANSPARANT IN ONLINE MARKETING

Leadrs is een online marketingbureau dat bedrijven helpt meer omzet uit leads te genereren. “Onze aanpak begint met een goed onderbouwde businesscase”, zegt directeur-eigenaar Jordi Damen. “Hierin laten we zien hoeveel leads ieder online kanaal oplevert, tegen welke kosten en hoe een bedrijf kan opschalen om haar omzet- of recruitmentdoelen te realiseren. De doelen maken we meetbaar en transparant door koppelingen te maken met CRM- of HRM-systemen van onze klanten. Op basis van deze data én onze benchmark rapportages optimaliseren we de Google ads-, social-, SEO- & e-mailcampagnes voor onze opdrachtgevers.

Dit levert hen meer nieuwe eindklanten of nieuwe collega’s op, of het behoud ervan. Onze werkwijze is pragmatisch & holistisch. We optimaliseren niet één, maar alle marketingkanalen en stemmen ze op elkaar af. Een klant heeft altijd 1-op-1 contact met één van onze specialisten die werken in een dedicated team. Hierdoor kan er altijd snel geschakeld worden. We zitten dicht op de business van onze klant, zodat we hem proactief kunnen voeden met adviezen over het verbeteren van zijn processen en campagnes. Onze belangrijkste USP is onze transparantie. We verantwoorden maandelijks iedere uitgegeven marketingeuro alsof deze uit onze eigen portemonnee komt. Daarbij laten we zien hoeveel omzet of rendement er per kanaal gegeneerd is en stellen we, indien nodig, een kanaal bij. Leadrs is bekend om de GIF’jes die het in haar communicatie gebruikt. We zijn actief voor bedrijven die veel leads nodig hebben, veel vestigingen hebben of die deels online, deels offline verkopen. Dankzij onze aanpak onderscheiden bedrijven zich van hun concurrenten en groeien ze uit tot marktleider.”



[WWW.LEADRS.NL](http://WWW.LEADRS.NL)



## MELTWATER

THEMA: KWALITEIT VAN CONTENT

463 miljard gigabyte. Zoveel data zal naar schatting in 2025 wereldwijd gecreëerd worden. Per dag... Ook anno 2021 is de datastroom al gigantisch. De uitdaging om daarin op te vallen wordt steeds groter, legt Meltwaters Area Director Patrick Bolle uit. “Ooit was content king, maar inmiddels is de kwaliteit van content king. Mensen worden selectiever, met een platte commerciële boodschap red je het niet. Je moet een verhaal vertellen waarvan mensen denken: wow, dit is precies wat ik wilde zien, lezen en niet te vergeten luisteren – want met de populariteit van podcasts en apps als Clubhouse wordt audio alleen maar belangrijker.”



De kans op die wow-reactie is volgens Bolle het grootst wanneer je content aansluit bij wat er op dat moment in de buitenwereld leeft. “Je kunt nog zo’n mooi verhaal vertellen, maar zonder actueel haakje komt je boodschap minder goed aan en raak je lost in translation.” Om organisaties te helpen met het ontwikkelen van een contentstrategie waarbij je tot synergie over alle ingezette kanalen komt, gebruikt de wereldwijde marktleider in media intelligence en social analytics de PESO-structuur. De letters staan voor Paid, Earned, Shared en Owned, de verschijningsvormen van content. Bolle: “Hierbij is Shared de nieuwste vorm als onderdeel van de bekende vormen Paid, Earned en Owned, want de impact van social media is gigantisch. Het draait om het creëren van engagement bij je publiek, zodat jouw boodschap zich als een olievlek verspreidt. Mooi voorbeeld is cameramerk GoPro, dat gebruikers vraagt om hun camerabeelden te delen. De beste footage wordt beloond met een prijs van 1 miljoen dollar. Zo laat je je zelf gebruikers vertellen hoe cool je als merk bent, beter kan niet.”

[WWW.MELTWATER.COM](http://WWW.MELTWATER.COM)