



VOOR DE HOUTEN KAST: HOITE POLKAMP, ROCHELLE BALMER EN JANN DE WAAL

PARTNERSCHAP VERTAALD IN TASTBAAR SUCCES

TOEN INFO IN 1994 BEGON, WISTEN KLANTEN DAT ZE IETS MET INTERNET MOESTEN DOEN, MAAR NIET HOE. SINDSDIEN HEeft HET DIGITAL AGENCY ZICH VOLGENS OPRICHTER JANN DE WAAL STEEDS OPNIEUW UITGEVONDEN OM VOOR KLANTEN WAARDE TE BLIJVEN TOEVOEGEN. DAT VERTAALT ZICH IN HOGE KLANTWAARDERINGEN.

INFO heeft volgens De Waal al zo lang succes, omdat het bureau een hecht partnerschap met zijn klanten aangaat. “Het zit in ons DNA om transparant en in vertrouwen te zoeken naar partnerschap. Daardoor ontstaan er gedurende langere tijd mooie dingen. Dat zie je terug in de waarderingcijfers.”

“In alles wat we maken, gaan we voor kwaliteit”, vult brand manager Rochelle Balmer aan. “We nemen geen shortcuts, maar kijken naar wat relevant is en wat ook in de toekomst de beste oplossing is. Dat maakt ons voor veel klanten een heel fijne partij om mee te werken.”

MENS CENTRAAL

“Voor het ontwikkelen van digitale producten zijn drie dingen belangrijk”, vertelt business development manager Hoite Polkamp. “Je moet de technologie in de vingers hebben, de business van je klant begrijpen en de wensen

van de eindconsument kennen. In onze ontwerpen stellen we de mens centraal en passen we innovatieprincipes toe om korte feedback-loops in te bouwen. Bovendien passen we de feedback van eindgebruikers toe in onze productontwikkeling. Digitale vernieuwing gaat veel verder dan alleen technologie. Het gaat over mensen, cultuur, een bepaalde mentaliteit. Die elementen komen terug in onze manier van werken. Daar kun je alleen succesvol mee zijn als je dat breed omarmt. Daarom blijven klanten lang bij ons.”

“Doordat we klanten zo lang houden, hebben we verschillende van hen flink zien groeien”, vertelt De Waal. “Neem Growy, dat een enorme vaart maakt in *vertical farming*. Bij Growy zien ze voedselproductie als hospitality voor plantjes, met digital in een landbouwomgeving. Wij kunnen bedrijven behoeden voor fouten en hun systeem toekomstbestendig en schaalbaar maken. Zo vertaalt werken in partnerschap zich echt in tastbaar succes voor onze klanten.”

CIRCLES

Balmer: “INFO is alleen maar INFO dankzij de mensen die er werken. Om hen te helpen zich persoonlijk te ontwikkelen hebben we geen managementteam, maar beleggen we de verantwoordelijkheid veel lager in de organisatie. We werken met zelfstandige ‘circles’, zodat zij zich medeverantwoordelijk voelen voor het succes van INFO. We ondersteunen onze medewerkers daarin zo goed mogelijk met interne coaching.”

“We geloven dat je op deze manier mensen breder ontwikkelt”, vult De Waal aan. “Dat heeft ook voordelen voor onze klanten – juist in een wereld die heel snel verandert, waar klantvragen best complex zijn en je op een hoog niveau moet adviseren.” ◀

‘HET ZIT IN ONS DNA
OM TRANSPARANT EN IN
VERTROUWEN TE ZOEKEN
NAAR PARTNERSCHAP’

