



KIRSTEN HAVER DROEZE, YOURI HARMSSEN EN NIELS VAN ES

MERKEN HELPEN MET POSITIEVE IMPACT

SPRINGBOK IS EEN GROOT MARKETINGBUREAU MET KANTOREN IN AMSTERDAM, UTRECHT, DEN BOSCH, BRUSSEL EN MECHELEN. SPRINGBOK DOET VEEL MEER DAN ALLEEN ADVERTISING & PERFORMANCE VERTELT MICHIEL VAN RIEMSDIJK, CGO VAN DE SPRINGBOK GROUP

“Springbok is ijzersterk op een aantal kernexpertises binnen het gebied van digitale transformatie met klanten als Jumbo, KIA, Rituals, KPN en PostNL. Denk aan expertise op het vlak van crm & marketing automation, advertising & performance, branding, data, experientiestrategie en creation & contentproductie.”

GEEN TOEVAL

Het bureau is onlangs gegroeid tot een bedrijf met ongeveer 320 medewerkers in Nederland en België, dankzij de fusie met het Amsterdamse bureau Dawn. Dawn bestaat nu zo’n veertien jaar en legt sterk de nadruk op sustainability, duurzaamheid en goede doelen. Dawn is een reclamebureau dat onder meer werkt voor Triodos Bank en Greenpeace. Het is geen toeval dat Springbok bij Dawn is uitgekomen, volgens Van Riemsdijk. “We zien dat veel merken bezig zijn met duurzaamheid en transparantie en soortgelijke thema’s. We hebben

elkaar gevonden op ‘waarden’ en een gezamenlijke intentie om positieve impact te maken op de maatschappij en wereld.”

Springbok wil namelijk iets positiefs bijdragen aan de maatschappij. “We merken dat opdrachtgevers daar behoefte aan hebben.” Van Riemsdijk is ervan overtuigd dat Springbok met de overname van Dawn het merktenken en digitale marketing bij elkaar heeft gebracht. Dat gebeurt allemaal met de gedachte: *make good brands grow big, and big brands grow good.*

ANDERS DAN ANDERE BUREAUS

“Die gedachte straalt uit dat we heel graag merken hebben die niet alleen erg bezield zijn, maar ook een positieve impact willen maken op de maatschappij.” Triodos Bank is daar een goed voorbeeld van. “Die ambitie maakt ons bureau anders dan andere bureaus. Wij helpen klanten vanuit onze brede expertises op het gebied van marketing, maar tegelijk vanuit onze overtuiging om merken te ondersteunen om een positieve impact te maken op de maatschappij”, aldus Van Riemsdijk.

Bij een nieuwe klant analyseert Springbok eerst wat de klant zelf aan kennis in huis heeft en wat er eventueel al bij andere bureaus uitbesteed is. “Wij pushen geen ‘one size fits all’-werkwijze; wij willen ons aanpassen aan de specifieke vraag van de klant. Als dit betekent dat we moeten samenwerken met een concurrent, dan doen we dat”, aldus Van Riemsdijk. “We werken samen met de concurrent waar dat nodig is, want het belang van de klant staat voorop. Ook dat maakt ons uniek in de markt.”

‘WIJ HELPEN KLANTEN OM MERKEN EEN POSITIEVE IMPACT TE LATEN MAKEN OP DE MAATSCHAPPIJ’

