



SJUUL VAN DER LEEUW (LINKS) EN ZIJN TEAM

# GROEIEN DANKZIJ INNOVATIEVE MENSEN

DE (INTER)NATIONAAL SNELGROEIENDE MARTECH-ORGANISATIE TEAM ITG LEUNT OP EEN BREDE RANGE MEDEWERKERS OM ORGANISATIES TE ONDERSTEUNEN IN MARKETINGTRAJECTEN: VAN SOFTWAREONTWIKKELAARS TOT SALESMANAGERS, VAN DATACONSULTANTS TOT E-MAILMARKETEERS. OM HET BESTE UIT HEN TE HALEN, STELT TEAM ITG MEDEWERKERSWELZIJN VOOROP.

Technologie moet de marketeer dienen. Met die missie heeft Team ITG (Inspired Thinking Group) de afgelopen twee decennia – naast verschillende services – een SaaS-platform ontwikkeld dat onder de naam CanopyDeploy (voorheen Clang) customer journeys automatiseert, vertelt managing director Sjuul van der Leeuw. “Gemak is het uitgangspunt. Marketeers moeten in een mum van tijd met CanopyDeploy kunnen werken.” Inmiddels worden jaarlijks zo’n 3 à 4 miljard mails verstuurd naar de circa 200 miljoen mensen in de CanopyDeploy-database.

De *marketing stack* waar CanopyDeploy toe behoort wordt zowel evolutionair uitgebreid (met bijna wekelijkse updates) als in grotere sprints. Zo heeft Team ITG recent CanopyData gelanceerd, vertelt Van der Leeuw. “Data-gedreven marketing wordt steeds belangrijker voor onze klanten. CanopyData helpt hierbij:

een dataplatform met alle databronnen in één overzicht voor 360-gradenklantbeelden. Hiermee kunnen organisaties ieder individueel contact een hypergepersonaliseerde journey bieden over meerdere kanalen.”

## VLEUGELS UITGESLAGEN

Team ITG telt vestigingen in Nederland, het VK en de VS. Wereldwijd heeft de mar-tech-agency dezelfde filosofie, met eigen software en eigen marketingdiensten, klantgericht en laagdrempelig. “Onze internationale

aanwezigheid brengt bedrijven als Vodafone-Ziggo, Virgin Media, Renault en Heineken binnen ons bereik”, onderstreept Van der Leeuw. “De deuren naar de internationale wereld staan open en we groeien snel.”

Die groei is alleen mogelijk door goed voor het medewerkerswelzijn te zorgen. Team ITG heeft de afgelopen twee jaar mooie extra’s aan het pakket van arbeidsvoorwaarden toegevoegd. Denk aan één *wellbeing day* per jaar, waarop medewerkers de tijd kunnen nemen om te ontspannen, aan betaalde vrijwilligersdagen en gratis sessies bij mental-health-coaches om de geestelijke gezondheid van werknemers op peil te houden.

Van der Leeuw vindt het fantastisch om te zien hoe enthousiast medewerkers op de vernieuwingen reageren en hoeveel ze alle extra initiatieven gebruiken. “Voor ons is dit aanbod logisch. Onze mensen zijn niet slechts een schakeltje. Elk bedrijf zegt dat, maar bij ons zit het in ons DNA. We leren van elkaar én van onze klanten en vertalen dat weer naar ons platform en onze oplossingen. Onze mensen en onze klanten staan altijd voorop.”

‘ONZE MENSEN  
ZIJN NIET SLECHTS  
EEN SCHAKELTJE’

