

LIEVE RINGELBERG, TIM VAN DER SCHOOT, JOHAN VAN GOOL EN MARIJN VERSTEEG

'ONZE KLANT GROEIT SNELLER MET AANDACHT'

DIGITAL MARKETING AGENCY KICKSO IN BRED A GROEIT ALS KOOL EN DE KLANTEN VAN KICKSO GROEIEN EVEN HARD. AANDACHT EN DE KLANT ÉCHT KENNEN IS WAT HET BEDRIJF ONDERSCHIEDT VAN BRANCHEGENOTEN. HET KICKSO-TEAM IS GOED OP ELKAAR INGESPEELD, ONDER ANDERE DOOR HET SAMEN BUFFELEN TIJDENS EEN WORKATION IN MÁLAGA.

“Performance is voor ons geen prestatie meer”, zegt oprichter Johan van Gool van digital marketing agency KickSo in Breda. Het snelgroeiende bedrijf, opgericht in december 2017, telt zo’n vijftien vaste medewerkers, aangevuld met een flexibele schil van vijf zeer ervaren freelancers. Het bedrijf richtte zich voorheen vooral op middelgrote mkb-bedrijven, maar ziet nu ook het groot-mkb en corporates opduiken in zijn klantenkring. “Het draait bij ons om aandacht, niet om data. Data zijn een gegeven. Wel een belangrijk gegeven, overigens.”

KickSo presenteert zich sinds vorig jaar met de pay-off ‘The Outperformance Agency’. Die kreet is niet gekozen om te pochen, zegt Van Gool. Het geeft weer wat zijn team de ultieme kick geeft: het overtreffen van de verwachtingen van de klant, wat voor klanten echt het verschil kan maken. “Onze klanten groeien met onze inspanningen door naar een volgend niveau, waardoor zij meer kunnen investeren in digitale marketing, om zo het vliegwiel van de groei verder te versnellen.”

Een voorbeeld uit de e-commercepraktijk is een b2b2c-klant uit de sector home & living,







'NA VERBETERING VAN DE ONLINE PROPOSITIE VERDUBBELDE DE OMZET VAN DIE KLANT'



DEEL ONLINE

meer inzicht, maar leidt ook tot meer vragen bij klanten. Ook daar is aandacht voor. “Soms zit Johan in een weekend zomaar een uur met een marketingmanager of ondernemer aan de telefoon ...”, lacht Ringelberg. “Maar dat kan, daar nemen we de ruimte voor.”

Director of Operations Tim van der Schoot van KickSo werkt nu twee jaar bij het bedrijf. Wat het er zo prettig werken maakt? “Het is een hecht team; iedereen kan goed met elkaar overweg. Het is een efficiënte, platte organisatie. Je hebt veel eigen verantwoordelijkheid, maar iedereen is bereid om elkaar te helpen als dat nodig is.” Voor nieuwe medewerkers voelt het bedrijf als een warm bad, ook omdat het is gevestigd in een statige voormalige hoekwoning aan de zuidrand van de stad.

WORKATION IN MÁLAGA

Dat het team zo goed op elkaar is ingespeeld, is niet verwonderlijk, zegt oprichter Van Gool. Vorig jaar nam hij de complete onderneming mee op workation naar Málaga. “Dat is zo goed bevallen: we gaan dit jaar weer!” Het relatief nieuwe verschijnsel van de werkvakantie betekent dat er overdag zoals gebruikelijk wordt gebuffeld; 's avonds is er een alternatief programma. “Nieuwe teamleden krijgen op hun eerste werkdag al een koffertje met inhoud, als vooruitwijzing. En natuurlijk uitdagende klantcases. Wij denken mee in de ontwikkeling van mensen, zodat zij doen wat bij hen past.”



voor wie KickSo al jaren actief is. “We hebben die ondernemer en zijn marketingmanager voorzichtig lopen pushen om de online propositie te verbeteren”, herinnert director Strategy & E-commerce Marijn Versteeg zich. “Na het live gaan van de nieuwe site met verbeterde UX is de omzet verdubbeld. Als het je lukt een klant te overtuigen van het nut van een investering, kan dat het hele bedrijf en de bedrijfsvoering veranderen. Dat geeft een enorme kick.”

EIGEN DATAWAREHOUSE

Marketing is meten en doelen stellen, zegt Versteeg. Op dat vlak staan er het komende jaar flinke veranderingen op stapel. Doordat Google en andere techgiganten omwille van de privacy van gebruikers afscheid nemen van zogeheten third-party cookies, staan ondernemers die nog geen eigen data verzamelen over klanten straks met lege handen. “Die moeten nu aan de slag met een eigen datawarehouse. Wanneer het precies zover is, weten we niet; Google heeft geen datum bekendgemaakt. Bovendien zou het niet de eerste keer zijn dat

een datum wordt verschoven.” Maar dat de techbedrijven de stekker uit third-party data gaan trekken, is zeker.

Welke technologische oplossing de klant wil inzetten, maakt de experts van KickSo niet uit. “Wij hoeven onze klanten geen systemen te verkopen: wij werken onafhankelijk van leveranciers. Wij doen ons werk in principe met wat er bij de klant voorhanden is”, zegt Versteeg. Als klanten advies vragen, neemt KickSo hen mee langs de voor- en nadelen van een keuze. “Er zijn meerdere wegen naar Rome; wij kennen geen *vendor lock-in*. De keuze voor systemen laten wij aan de klant.”

STUREN OP DE RELATIE

Het punt waarop KickSo zich onderscheidt van branchegenoten is de aandacht die klanten krijgen. “Bij een ander bureau zit je onder de honderd uur niet aan tafel – bij ons wel”, zegt accountstrateg Leeve Ringelberg. “Wij sturen op de relatie, want als je elkaar goed kent, geef je betere adviezen. Daardoor raken de uitingen die wij bedenken ook eerder een snaar bij het publiek dat onze klant zoekt.” Meer data geeft