

**STROOM**

SAMANTHA CATSBURG EN  
MARTIJN JAARTSVELD

# BOUWEN VAN MERKEN BELANGRIJKER DAN OOI

ALS BEDRIJVEN WILLEN GROEIEN, MOETEN ZE OP EEN ANDERE MANIER NAAR DE MARKT KIJKEN DAN VOORHEEN. EEN STERK MERK IS DAARBIJ ESSENTIEEL. DE ERVARING BIJ HET TEAM VAN STROOM, DAT SPECIALISTISCHE KENNIS VAN MEDIA COMBINEERT MET AANDACHT VOOR MARKETINGCOMMUNICATIE, SLUIT DAAROP AAN.



**'KLANTEN HEBBEN EEN  
ADVISEUR NODIG DIE ALS  
EEN PARTNER MET HEN  
MEEDENKT'**

'Energie voor groei', is het motto van STROOM, mediabureau en partner in communicatie. Het creëren van partnerships is in 2023 belangrijker dan ooit, maakt Martijn Jaartsveld, Strategy Director bij STROOM, duidelijk. "Klanten hebben een adviseur nodig die als een partner met hen meedenkt." Jaartsveld wijst op het sterk versnipperde mediagebruik. "We gaan steeds meer mediatypen gebruiken, maar besteden niet meer tijd aan al die verschillende media. Dat vraagt om een nauwere samenwerking binnen de driehoek van klant, reclame- en mediabureau.

## AANDACHT VOOR HET MERK

*What got you here, won't get you there* is een uitspraak die daarom meer dan ooit geldt, geeft Managing Director Samantha Catsburg aan. "Voor onze klanten verandert er heel veel – en dat continu." Dit betekent dat klanten met een nieuwe strategie de media moeten benaderen. "Het is de uitdaging én de kans om onze kennis te vertalen naar de

mediastrategie van nu." De behoefte aan een partner in communicatie ziet het team van STROOM ook terug in de samenwerking met de klanten. "Waar klanten voorheen een heel eenduidige briefing gaven, met duidelijke doelen op bijvoorbeeld het gebied van performance, is er nu veel meer aandacht voor het merk", is de ervaring van Catsburg. En niet voor niets, vult Jaartsveld aan. "Want het bouwen aan en communiceren van het merk is belangrijker dan ooit." Door 'always-on' je merk te communiceren hou je het mentaal marktaandeel op peil en komt het merk naar voren als het ertoe doet. Het belang van een sterk merk wordt steeds groter in het versnipperde medialandschap.

## NEDERLANDS PROFIEL

STROOM heeft met een jong en dynamisch team niet alleen kennis van het totale media-palet, maar besteedt ook veel aandacht aan marketingcommunicatie. "Hoe beter we de marketingcommunicatie van de klant begrijpen, hoe effectiever het mediaplan is dat wij

kunnen samenstellen", legt Jaartsveld uit. Het team van STROOM gedijt daarbij erg goed als wordt gewerkt voor en met middelgrote adverteerders met een herkenbaar Nederlands profiel. Catsburg: "In een situatie waarbij de wederzijdse teams elkaar goed kunnen vinden en er ruimte is voor wederzijdse groei." ←



DEEL ONLINE