



## KORTE LIJNEN, LANGE RELATIES

**STROOM scoort voor het derde jaar op rij. En het heeft de afgelopen jaren méér prijzen binnengehaald. Dat is geen toeval meer. Het fullservicebureau, dat zich richt op mediaplanning en strategie, wordt buitengewoon gewaardeerd door zijn klanten.**

Het is een open deur, maar de aard van de samenwerking met klanten, die heel direct en intensief is, maakt het verschil, vermoedt Managing Director Samantha Catsburg. “We zitten heel kort op de klant en werken vanuit persoonlijke aandacht. Bij de samenwerking in een campagneteam zijn wij de collega binnen het marketingteam van de klant, al zijn we dan officieel van een ander bedrijf. Bij samenwerkingsevaluaties komt dat ook echt terug. Ik zie dat klanten onze aanpak heel erg waarderen.”

### UIT DE BUBBEL

In die aanpak speelt Strategy Director Martijn Jaartsveld, die een brede achtergrond heeft in marcom en ook bij klanten heeft gewerkt, een belangrijke rol. “Martijn trekt ons soms even uit de bubbel”, lacht Samantha. “Hij kan intern, of aan tafel met een klant, een andere rol vervullen. Voor onze klanten, die zich soms weinig merkspecialisatie kunnen voorstellen, is dat heel prettig.” Martijn: “We kijken naar wat een klant wil met zijn merk, de groei van zijn business en hoe hij dat met een campagne wil bereiken. Vanuit inzichten gaan we kijken hoe we een zo goed mogelijke strategie kunnen vormgeven in combinatie met de creatie. Niet enkel vanuit budget, ofschoon dat wel belangrijk is. Dan krijg je een veel betere discussie over de kwaliteit van je communicatie en over wat belangrijk is voor een adverteerder, in plaats van dat je alleen maar naar budget en conversie kijkt.”

*‘Wij zijn de collega in het marketingteam van de klant, al zijn we van een ander bedrijf’*

### VERDUBBELD

STROOM heeft drie jaar geleden een herpositionering ingezet en is na de fusie met De Media Maatschap in omvang verdubbeld. “Ons mt hebben we uitgebreid, zodat we ‘korte lijnen voor lange relaties’ kunnen blijven garanderen. Digital (Vincent Marquenie) is vertegenwoordigd, naast klantenteam lead Amsterdam (Marieke van den Hoek) en Rotterdam (Matthijs Kloezeman). We richten ons vooral op bedrijven in het middensegment met een mediabudget tot vijf miljoen euro. Dit type klanten heeft enorm veel baat bij een nauwe samenwerking binnen de driehoek van marketing (de klant), reclamebureau en mediabureau. En wij sturen erop dat we dit ook echt met z’n drieën doen. Met zo’n samenwerking help je een bedrijf vooruit. De mediawereld verandert constant en wordt alleen maar complexer. Wij kennen de markt. We creëren overzicht en inzicht, zodat klanten effectievere campagnes kunnen voeren.”



DEEL ONLINE