

VAN ONS

TECHNISCH DNA



DE DIGITALE SLAGKRACHT VERGROTEN DOOR TE ZORGEN VOOR EEN OPTIMALE GEBRUIKSERVARING AAN DE VOORKANT ÉN EEN SOEPEL DRAAIEND PROCES AAN DE ACHTERKANT. DAAR IS VAN ONS GOED IN.

Van ons, voor u. Die klassieke slogan ligt ten grondslag aan de naam Van Ons, het Amsterdamse bureau in web- en app-development, dat alweer achttien jaar bestaat. “De sociale component ligt wel in die naam besloten”, zegt oprichter en CEO Robert van Eekhout. “We doen het met elkaar. Dat was achttien jaar geleden zo en dat geldt nog steeds.”

Van Ons helpt klanten om hun digitale slagkracht te vergroten. Van Eekhout: “Ons DNA is technisch, denk aan het bouwen van grotere platforms waar je te maken hebt met integraties en koppelingen van bijvoorbeeld CRM-pakketten en ERP-systemen. We houden ons enkel en alleen bezig met design en development. Dat is waar we goed in zijn, dus daar concentreren we ons ook op. Mooi recent voorbeeld is het platform van GewoonGers, bekend van de stalen deuren en wanden. Dat is een grote website met veel verschillende content, templates en koppelingen. Omdat het bedrijf veel te zien is in tv-programma’s als Kopen Zonder Kijken zie je ook enorme pieken in het verkeer, dus moet je iets bouwen wat goed schaalbaar is.”

Van Ons zorgt dus voor een optimale ervaring voor de eindgebruiker, maar optimaliseert óók de processen aan de achterkant, zodat klanten tijd en kosten besparen. Van Eekhout: “Veel bureaus zeggen dit natuurlijk, maar ik durf wel te stellen dat wij echt complexe technische uitdagingen aankunnen. Daar maken wij duidelijk het verschil.”

WWW.VAN-ONS.NL



WECONNECT

EVIDENCE BASED WERKEN



“IK BEN ONTZETTEND TROTS DAT WIJ ALS HET ENIGE ONAFHANKELIJKE BUREAU BIJ ONZE EERSTE DEELNAME METEEN AL IN DE TOP EINDIGEN IN DE GROEP MIDDELGROTE DIGITAL AGENCIES.”

Jeroen de Faber van WeConnect Groep windt er geen doekjes om: het wordt tijd dat zijn bedrijf meer in de bekendheid treedt. Medeoprichter Paul Brinkhof vult aan: “Vooral ook omdat wij als een van de weinige bureaus een eigen customer data platform hebben gebouwd, waardoor wij echt evidence based kunnen werken. We nemen data en inzichten van onderzoek altijd als uitgangspunt bij het nemen van beslissingen.” Brinkhof legt uit: “We hebben drie labels: WeConnect digital marketing, Hunting Foxes voor recruitmentmarketing en TikTikBoom, onze TikTok-agency. In alle gevallen verbinden we kennis en creativiteit met data en resultaat.”

De klanten van WeConnect bevinden zich vooral in de sectoren fast moving consumer goods en (fashion) retail. In de ruim vijftien jaar dat het bedrijf bestaat heeft het een breed klantenbestand opgebouwd, variërend van Jumbo tot CêlaVita en van Kips en Chicken Tonight tot Trendhopper. “We zijn een bedrijf met de Rotterdamse mentaliteit van ‘niet lullen, maar poetsen’, waarbij we factoren als eerlijkheid en hard werken vooropstellen”, zegt Brinkhof. “Daarom zeggen wij ook dat wij het bureau zijn voor bedrijven die zich niet thuis voelen bij de grote onpersoonlijke bureaus”

De Faber: “Ik ben megatrots op het bereikte resultaat, op ons personeel dat dit mogelijk heeft gemaakt en op onze klanten. Dit mag ook weleens gezegd worden; het wordt tijd dat we wat minder onder de radar gaan opereren en meer naar voren treden. Want er liggen nog veel mooie ontwikkelingen in het verschiet!”

WWW.WECONNECT.NL