

**Mediabureau STROOM**

# BALANS IN MEDIA DOOR MEDIA- COMMERCE

**Candid Platform, koepelorganisatie van diverse reclame-, marketing- en mediabureaus, heeft recent dochterbedrijven M2|OC en STROOM samengevoegd. Zij gaan verder onder de naam STROOM. Pluspunten: verbeterde kwaliteit, breder geïntegreerd online en offline aanbod voor klanten alsmede een sterkere concurrentiepositie.**

Candid is opgericht in 2007 en heeft zich door een groot aantal overnames ontwikkeld tot een breed moederbedrijf van een groot aantal bureaus in Nederland en Groot-Brittannië. Fullservicemediabureau STROOM is in 2017 toegevoegd; mediacommercebureau M2|OC (zelf een fusie van M2 Media en Online Company) volgde in 2019. De leiding van het nieuwe bedrijf komt in handen van CEO Samantha Catsburg. Voormalig managing director van M2|OC, Lars Vink, zal in de driekoppige directie de rol van Chief Client Officer op zich gaan nemen. De functie van CFO is de verantwoordelijkheid van Dennis van de Geer. Michael Bottenheft, bij M2|OC sinds 2019 eindverantwoordelijk voor de strategie, zal dat als prominent mt-lid ook voor het nieuwe STROOM blijven doen.

## **MEDIACOMMERCE**

Catsburg: "De managementteams van onze bedrijven hebben de afgelopen maanden intensief overlegd hoe een sterker bureau te worden. We hebben veel overlap en kruisbestuiving en zitten samen al in het Candid-mediacuster. Inzet was dat integratie veel voordelen zou kunnen opleveren voor onze concurrentiepositie, de verbreding van onze dienstverlening en de efficiency overall." Belangrijkste propositie van het nieuwe STROOM is 'Mediacommerce', een uitvinding van M2|OC, waar Vink best trots op is: "Wij zijn het eerste bureau in Nederland dat de integratie van merkinvestering en marketingperformance voor e-commerce tot stand heeft gebracht. Dit sluit nauw aan bij de behoefte van de moderne klant en zorgt voor een significante uit-







Michael Bottenheft, Samantha Carlsburg en Lars Vink



## 'IEDERE EURO DIE WORDT GEÏNVESTEERD, MOET RENDEREN EN BIJDAGEN AAN GROEI'

breiding en verbetering van de propositie."

### ALLES KWANTIFICEREN

Bottenheft is een van de geestelijk vaders van dit concept en legt uit: "Het idee erachter is dat we media-inzet kunnen kwantificeren naar uiteindelijk concrete, aan media toe te rekenen resultaten: accountable media. Iedere euro die wordt geïnvesteerd, moet renderen en bijdragen aan groei."

Vink: "Zeker de board van de klant wil de verzekering dat alles in media en marketing ook terug te rekenen is. Alleen is een groot deel van de op merk gerichte media nogal diffuus en daardoor moeilijk te becijferen. Maar voor dat probleem hebben wij met onze Media-commerce-propositie een krachtige oplossing, uniek in Nederland." Bottenheft verduidelijkt: "Door ver doorgevoerde integratie kunnen we de effecten op zowel korte, middel-lange als lange termijn met elkaar verbinden. Wij kwantificeren echt alles, maar blijven daarbij wel een nuchtere kijk houden, want je kunt met kwantificering veel, maar het is natuurlijk niet het tovermiddel voor het gehele marketingbeleid."

### LOKAAL ALTERNATIEF

Belangrijke overweging voor het samengaan van STROOM met M2|OC voorts is de toenemende concurrentie. Van nationale partijen, maar zeker ook van grote, internationaal opererende ketens die bovendien steeds vaker zelf ook consolideren. Catsburg: "Voor veel klanten zijn wij het gewenste lokale alternatief, maar door die toenemende (internationale) druk moesten we wel stappen zetten. We zijn nu met 85 professionals een stuk



gegroeid en kunnen meer kwaliteit en een breder portfolio tegen een scherpe prijs blijven bieden. Zo zijn we onze huidige klanten en straks ook grotere partijen beter van dienst en versterken we tegelijk onze concurrentiepositie. Daardoor kunnen wij dat lokale alternatief blijven. Ik ben er heilig van overtuigd dat wij qua service, kwaliteit en prijs een interessanter alternatief zijn dan de grote internationale bureaus. Wij hebben een veel betere *price-performance ratio* en daarmee blijven we op koers om nog meer MT- en Emerce-awards te winnen. Onze klanten, waaronder Engie, Bosch/Siemens (BSH), DPG, Vereniging Eigen Huis, Bike Totaal, Dille & Kamille, Amazon Ring en Delta Fiber, zijn niet anders gewend."

### BALANS

Vink: "Belangrijk is dat we eenvoud in onze dienstverlening hebben en niet allemaal verschillende loketten. Bij ons is het onestopshopping, maar wel met diepgaande kennis in de verschillende disciplines. Daarbij kijken we ook naar duurzame groei, langetermijnfocus. Dat is voor ons type klanten, vaak groeibedrijven en challengers, belangrijk. Niet blindstaren op performance in e-commerce, maar balans zoeken tussen de belangrijkste marketingfactoren. Daar willen wij in sturen. Niet alleen maar de gebaande paden blijven lopen, maar ook nieuwe inzichten durven toepassen. Daar zijn onze klanten blij mee." Catsburg: "Dat is de kern."



DEEL ONLINE

