

WIE NU SLIM VERKENT, VEROVERT MORGEN DE MARKT

BEDRIJVEN MOETEN TESTEN EN EXPERIMENTEREN OM RELEVANT TE BLIJVEN VOOR CONSUMENTEN, VERTELT HERWIN VAN DEN BERG, PARTNER EN DIRECTEUR VAN ENDEAVOUR. SUCCES VAN MORGEN STAAT OF VALT BIJ DE NIEUWSGIERIGHEID, HET ONDERNEMERSCHAP EN DE AMBITIE VAN VANDAAG. "ZONDER LEF OM NIEUWE WEGEN TE VERKENNEN, HEB JE GEEN TOEKOMST."

"De digitale reis van consumenten wordt steeds complexer", constateert Herwin van den Berg. "Hun mediagebruik verandert, het aantal touchpoints is explosief toegenomen: van social media, via marketplaces tot webshops en fysieke winkels. Op al die plekken moet je merk niet alleen zichtbaar zijn, maar ook consistent en relevant voor je doelgroep. Tegelijkertijd moet je rekening houden met de concentratiespanne van diezelfde doelgroep en weten hoe je boodschap bij hen binnenkomt."

Endeavour wil dat traject samen met klanten doorlopen. "We zijn met 140 medewerkers in marketing, tech en creatie het grootste bureau van Haarlem. Daarmee hebben we alles in huis om de digitale groei van onze klanten volledig te faciliteren. We gaan samen die reis maken:

de klant met de expertise rondom zijn producten en diensten, wij met de onze op het gebied van branding, contentstrategie, performance-marketing en tech. Onze werkwijze is heel transparant en geeft onze klanten veel meer grip op hun groei dan wanneer we onze diensten zouden aanbieden alsof het een soort tovertruc is."

De focus van Endeavour is hoofdzakelijk digitaal. "De nieuwe generaties starten digitaal: op hun mobiel, tablet of computer. Natuurlijk zijn er contactpunten die niet digitaal zijn, zoals een radiospot, abri of fysieke winkel – en die nemen we uiteraard mee. Maar het vertrekpunt is digitaal. Van daaruit gaan we samen met klanten ontdekken wat werkt voor hun merk. Zo zorgen we





Herwin van den Berg

'BLINDELINGS KOPIËREN WAT GISTEREN WERKTE, LEVERT NIETS OP'

centraal te beheren, communicatie te optimaliseren en marketing- en salesprocessen te automatiseren. Met een high-end crm-systeem zoals HubSpot werken marketing, sales en serviceafdelingen efficiënt met elkaar samen en krijgt je doelgroep een optimale ervaring met je merk. Omdat wij HubSpot platinum partner zijn, kunnen we klanten ook hierbij helpen. Met HubSpot zorgen we ervoor dat klanten elk contactmoment met hun doelgroep optimaal benutten.”

TECHNOLOGIE ALS MIDDEL

Van den Berg benadrukt dat technologie een middel is en geen doel op zich, hoe mooi een high-end crm-systeem ook is en hoeveel nieuwe toepassingen AI ook mogelijk maakt. “Zonder sterke strategie en creatief concept blijft technologie een motor die stilstaat. Die gaat pas draaien met creatie als brandstof. Een sterk verhaal, onderscheidende content en design zorgen voor zichtbaarheid en impact. Technologie is de basis, maar creatie is de brandstof voor succes.” Hij realiseert zich dat dit makkelijker is gezegd dan gedaan. “Het begint met nieuwsgierigheid, ondernemerschap en ambitie: wat kunnen klanten, met onze input, doen om relevant te blijven? Stil blijven staan is geen optie in onze snel veranderende wereld. Durf te experimenteren, blijf innoveren en zorg dat je vandaag onderzoekt wat je morgen nodig hebt. *Explore today, conquer tomorrow.*”

ervoor dat hun merk relevant blijft en dat ze blijven groeien. Het levert niets op om blindelings te kopiëren wat gisteren werkte.” Met andere woorden: bedrijven moeten hun nek durven uitsteken en bereid zijn om iets nieuws te proberen. “Zonder lef om nieuwe wegen te verkennen, heb je geen toekomst.”

VAN MIDDELGROOT TOT MULTINATIONAL

Endeavour heeft sinds de oprichting in 2002 een indrukwekkende lijst klanten opgebouwd, ongeveer gelijk verdeeld tussen b2c en b2b, van middelgroot tot multinational. Voorbeelden zijn ABN AMRO, Anne&Max, Beurs van Berlage, Loods 5, Bleekemolens Race Planet, Paw Patrol, Apollo Vredestein en Aalberts Industries. Deze en vele andere klanten weten dat Endeavour niet alleen websites bouwt, maar bijvoorbeeld ook complete e-commerce-ecosystemen. “Een webshop is bij ons een dynamisch platform dat meebeweegt met de

markt en de klant”, aldus Van den Berg. Integratie van de expertises die Endeavour in huis heeft is voor hem vanzelfsprekend. Ofte wel: marketing, creatie en technologie komen samen in de dienstverlening. “Je kunt nog zoveel verkeer naar je website leiden: zonder integrale aanpak en effectieve automatisering blijft traffic niets meer dan duur bezoek.”

DATA ALS KOMPAS

Inzet van data is cruciaal voor het succes van bedrijven – voor het maken van analyses achteraf en, in toenemende mate, om vooruit te kijken en proactief te sturen op beslissingen. “Door slim om te gaan met data en AI blijf je concurrerend en voorkom je ineffectieve investeringen. Data zijn het kompas dat de juiste richting aanwijst voor de strategie.” Als strategie en merk bepaald zijn, helpen data bedrijven op koers te houden. Een crm-systeem is daarbij onmisbaar, weet Van den Berg. “Het helpt bedrijven om consumentendata



← DEEL ONLINE