

GOLDFIZH

IGEN-MARKETEERS



GOLDFIZH ZIET GENERATIE Z EN ALFA, KORTWEG IGEN, ALS DE BASIS VAN VERANDERING EN GROEI. "HUN DIGITALE INZICHT, KENNIS EN ERVARING ZIJN ONMISBAAR BIJ DE DIGITALE REVOLUTIE", STELT DIRECTEUR ESTHER DE KONING.

Van de jongste generatie op de arbeidsmarkt (gen Z) zeggen ze dat zij een aandachtsboog hebben van een goudvis. Zo is in 2016 Goldfizzh geboren. En inderdaad, met de z van generatie Z. Vandaag de dag is Goldfizzh uitgegroeid tot een full service marketing agency. Met 55 man (of moeten we zeggen vrouw, want 75% is vrouw op de werkvloer) werkt Goldfizzh voor zeer uiteenlopende opdrachtgevers. Van Randstad Groep Nederland en Zoover tot Triodos Bank en NWO.

Goldfizzh is echt een full service marketing agency: van de ontwikkeling van een digitale strategie tot aan de creatie van alle middelen en de inkoop van media. Het is een bureau met een unieke kijk op en aanpak in digital marketing, zo legt Esther de Koning uit. "Onze reis met klanten begint vaak met een strategie naar digitale volwassenheid: samen bepalen we de stip op de horizon. Groot denken, klein beginnen. Aan de hand van een concrete roadmap gaan we aan de slag. Met het huidige techlandschap is dit makkelijker dan ooit. We ontwikkelen een dynamisch ecosysteem, besteden budgetten veel gericht en toekomst-proof. Synergie tussen de kanalen, grip op de uitgaven en opbrengsten, en een zo relevant mogelijke persoonlijke boodschap."

Om in de digitale revolutie voorop te lopen en klanten daarin mee te nemen biedt Goldfizzh jonge marketeers volop kansen. "Bij ons staat iGen op een voetstuk. Wij koppelen hen aan ervaren marketeers, designers en developers. Zij vormen samen een krachtige combinatie in digital marketing."

GOLDFIZH.NL



HOPPINGER

DURVEN GROEIEN



HOPPINGER BOUWT AAN GROEI. VANUIT EEN 'GROWTH MINDSET' STIMULEERT DIGITAL PARTNER HOPPINGER ZIJN MEDEWERKERS OM TE LEREN EN TE GROEIEN. OOK KLANTEN ZIJN ENTHOUSIAST OVER DEZE GROEICULTUUR.

In een sector waarin bedrijven en organisaties op zoek zijn naar een partner voor groei, verandering en innovatie, is het voor een agency essentieel om de bedrijfscultuur daar bewust op in te richten. Bij Hopper is het fundament van die cultuur de zogenaamde growth mindset: de overtuiging dat talenten en kwaliteiten kunnen groeien door inspanning, feedback, leren en doorzettingsvermogen.

"We trekken het type mens aan dat bij ons past", zegt Jolien Schiphorst, Head of People & Culture. "In de regel zijn dat ondernemende, nieuwsgierige professionals die zich willen ontwikkelen in een cultuur waar groei en innovatie worden gestimuleerd. Bij ons vinden ze een informele, platte organisatie waarin ze zichzelf kunnen zijn en waar je vrijheid krijgt door je verantwoordelijkheid te pakken. *Freedom with commitment* noemen we dat. In een positieve, ambitieuze omgeving als die van ons gaat dat eigenlijk vanzelf."

Vooruitgang is net zo belangrijk als het resultaat, vindt CEO Gerard Pastwa. "Die growth mindset is het fundament onder onze cultuur en hoe we met onze klanten samenwerken. Dit betekent dat je fouten mag maken, experimenten durft aan te gaan en feedback vraagt en geeft. Maar altijd om jezelf en anderen beter te maken: *be honest, with good intent*. Zowel onze medewerkers als klanten waarderen een agency die zo in het leven staat."

HOPPINGER.COM