# CONTENT GURU NEDERLAND

## GROOT IN CX

**CONTENT GURU IS EUROPEES DÉ MARKTLEIDER IN CX-OPLOSSINGEN. OOK IN NEDERLAND SPEELT HET BEDRIJF EEN STEEDS BELANGRIJKERE ROL, WAARBIJ DE ORGANISATIE VOL INZET OP AI EN OMNICHANNEL INNOVATIE.**

Al dertien jaar leidt algemeen directeur Michael van den Brink Content Guru Benelux en DACH-regio, met een duidelijke missie: klantcontact slimmer, menselijker en toekomstbestendig maken. Vanuit Amsterdam en München garandeert het bedrijf dat klantdata veilig in Europa blijven. Hun platform koppelt alle klantdata aan één applicatie, zodat alle interacties, van winkelbezoek tot chat, naadloos op elkaar aansluiten. “Klantcontact is het oog en oor van de organisatie”, zegt Van den Brink. “Daar moet je de juiste partij voor hebben.”

Met klanten als Sodexo, Fleurop en Kwikfit is Content Guru inmiddels uitgegroeid tot een van de grootste spelers in Nederland. Content Guru is groot in customer experience en investeert fors in de eigen AI-oplossing brain® Machine Agent. Deze AI-agent maakt klantcontact efficiënter, kan gesprekken samenvatten, crm-acties voorstellen en automatisch kwaliteitsmonitoring uitvoeren. Toch blijft menselijke controle essentieel. “AI is geen magische knop die je zomaar even indrukt”, benadrukt Van den Brink. “Het gaat om de juiste *use case* en altijd met een escape naar een deskundige medewerker.”

Content Guru helpt organisaties om CX te transformeren, met behoud van wat werkt en verbetering waar nodig. Het bedrijf is met name gespecialiseerd in overheid, zorg en financiële dienstverlening. Dankzij ruime ervaring, Europese focus en sterke visie op AI en omnichannel blijft Content Guru een van de meest invloedrijke spelers in het Nederlandse CX-landschap.

**WWW.CONTENTGURU.NL**

# CRAFTMORE

## ECHT VAKMANSCHAP

**CRAFTMORE SPECIALISEERT ZICH IN HET CREËREN VAN AUTHENTIEKE DIGITALE MERKERVARINGEN EN E-COMMERCE SITES. VOLGENS MEDEOPRICHTER MICHEL VAN VELDE DRAAIT HET OM EXPERIENCES DIE MERKEN TOP OF MIND MAKEN.**

Craftmore is het bureau van Michel van Velde en Floris Derksen. Met hun agency bouwen ze aan digitale merkervaringen die volgens Van Velde verder gaan dan traditionele websites of campagnes. “Wij creëren digital brand experiences die een blijvende herinnering achterlaten, converteren en goed kunnen worden gelezen door AI-agents.” Het bureau combineert design, technologie (waaronder 3D en AI) en creativiteit met een sterk strategisch merkfundament. Hiervoor wordt gewerkt met echte “vakidioten”, lacht Van Velde. “Deze mensen vormen de crème de la crème van hun vak.”

Waar veel bureaus zich richten op óf design óf techniek, brengt Craftmore beide werelden samen en voegt het er AI en digitale innovatie aan toe. “Daardoor kunnen we sneller ontwikkelen, schaalbare oplossingen bouwen en merken een authentieke merkbeleving geven.” Tegelijk blijft emotie volgens Van Velde essentieel voor merken. “Als consument kun je, nu ook via AI, makkelijk specificaties vinden, maar merken die je raken blijven top of mind en dat is belangrijk in het keuzeproces.”
Een voorbeeld is een project voor outdoormerk Marmot. Om retailers kennis te laten maken met een nieuwe slaapzak ontwikkelde Craftmore geen standaardproductpagina, maar een interactieve online 3D-ervaring. Die aanpak past bij de filosofie van het bureau. “Craftmore staat voor vakmanschap én resultaat. AI helpt ons efficiënter te werken, waardoor we meer tijd overhouden voor wat echt telt: sterke interactie, bijzondere animatie en de wow-factor.”

**WWW.CRAFTMORE.NL**