

ORGANISATIES HEBBEN MEER TE BIEDEN DAN DE MARKT ZIET

REIWA is een nieuwe generatie marketingbureau. Geen losse campagnes, maar een strategische partner die organisaties helpt om de kloof te dichten tussen wat ze daadwerkelijk te bieden hebben en wat de markt daarvan ziet. "Door strategie, creatie en executie te verbinden maken we werkelijke waarde zichtbaar én voelbaar."

Admix in Rotterdam en Bomondo in Leeuwarden gaan samen verder als REIWA. Eén naam, één bedrijf. Het is geen fusie waarbij de een de ander opslokt, maar een compleet nieuw marketingbureau dat de strategische en creatieve scherpste (vanuit Admix) combineert met de creatieve en uitvoerende kracht (vanuit Bomondo). Klaar om in te spelen op de veranderende markt, waar marketingbudgetten onder druk staan en de board strakker stuurt op resultaten, zo stelt Geert Rietbergen, oprichter van REIWA. "Klanten hebben minder behoefte aan nóg een leverancier in de keten en zoeken een partner die het hele vraagstuk overziet. Dat is de reden dat we samen REIWA bouwen."

VALUE GAP

Elke organisatie heeft iets unieks, bijvoorbeeld bijzondere technologie of speciale expertise. Maar vaak weet de markt dat niet op waarde te schatten. De propositie is te breed, de boodschap niet helder of de marketingactivi-

teiten zijn te versnipperd. Gevolg: een gapend gat tussen de werkelijke unieke waarde en de marktperceptie. "Dat is voor ons altijd het vertrekpunt", zegt Catelijne Bron, Commercieel Directeur. "We beginnen met de vraag: hoe dichten we die value gap; waar loopt het spaak? Samen met de klant écht doorgronden wat er speelt. Dan krijg je ook mooie gesprekken." Rietbergen gelooft heilig in ownership. Zijn boodschap naar klanten: *own what's next* (zie www.ownwhatsnext.nl). "Organisaties die echt iets te bieden hebben, kunnen het zich niet veroorloven om af te wachten tot de markt hen ontdekt. Je moet niet reageren, maar richting geven aan de markt. Claim je positie."

FULL SERVICE? FULL SCOPE!

REIWA is anders dan andere marketingbureaus. "Veel zeggen dat ze alles kunnen, zogenaamd full service bieden. Wij niet", legt Bron uit. "Wat wij wel doen, is verant-

Catelijne Bron, Geert Rietbergen en Niels Bovendeur >>>





DEEL ONLINE

woordelijkheid nemen voor het hele klantvraagstuk." Hiervoor hanteert REIWA een beproefde manier van werken die bestaat uit vier stappen. Het begint met Clarify: waar zit de werkelijke waarde van de organisatie en wat ervaart de markt hiervan? In stap twee, Create, wordt die scherpe propositie vertaald naar ideeën, verhalen en campagnes die bijdragen aan de beleving in de markt. Met de derde stap, Execute, zorgt REIWA dat de marketinguitingen zichtbaar en consistent de markt bereiken. Om vervolgens in de laatste stap, Improve, te meten en verbeteren tot het effect zichtbaar wordt.

Bron over deze aanpak: "Eén team draagt samen de verantwoordelijkheid en zorgt dat het niet blijft bij claims, middelen of campagnes, maar dat het geheel leidt tot echte marktimpact. Daarbij zijn wij met onze marketingoplossingen vaak de verbindende factor. Het grootste compliment is te horen krijgen dat de processen soepeler lopen, mensen lekkerder werken en dit zich vertaalt in commercieel resultaat. Daar krijg ik echt energie van."

Niels Bovendeur, Operationeel Directeur, vult haar aan. "Veel organisaties worstelen met interne silovorming. Het doorbreken daarvan is een grote uitdaging. Met onze 'full scope'-aanpak kunnen wij hen daarbij helpen."

"Het stopt dan ook niet bij de executie", zegt Rietbergen. "We gaan een partnerschap aan met klanten om een 'motion' te creëren, een opwaartse beweging die de organisatie verder brengt."

AI MOOI, MENS STAAT VOOROP

REIWA is Japans voor 'harmonie', 'goed voor elkaar zorgen'. Die naam is niet toevallig gekozen. "Wij zijn een bureau met een warme, menselijke sfeer. Mensen voelen zich



“ JE MOET NIET REAGEREN, MAAR RICHTING GEVEN AAN DE MARKT — CLAIM JE POSITIE

hier thuis en vinden het fijn om hier te werken", zegt Bovendeur. Het samenbrengen van Admix en Bomondo tot REIWA zal daar geen verandering in brengen. "Integendeel. Er is een heel goede fit, de functies vullen elkaar goed aan en er zijn zeker overeenkomsten in de cultuur. Zowel in Friesland als Rotterdam zijn mensen nuchter en hebben ze humor."

Natuurlijk maakt REIWA gebruik van de nieuwe technologie. "AI is in onze processen verweven. AI maakt dat wij beter en efficiënter de vier genoemde stappen doorlopen. Tegelijkertijd is de interpretatie altijd de verantwoordelijkheid van de mens." Bovendeur benadrukt dat REIWA gecertificeerd is voor ISO 9001 en 27001. "Zorgvul-

digheid, veiligheid en het voorkomen van risico's rondom data staan bij ons hoog in het vaandel."

ANDERE KEUZE

Niet voor niets werken de mensen van REIWA al jaren voor grote namen als ASN Bank, Louwman/Toyota Nederland en Velder/FrieslandCampina. Zij weten het: kiezen voor REIWA is een andere keuze maken. Geen consultancy-bureau dat dikke rapporten levert en geen marketingagency die ad hoc campagnes draait. Wel een marketingbureau dat vanuit businessadvies blijvende marktbeleving realiseert. Catelijne Bron: "Wil je als organisatie jouw unieke toegevoegde waarde etaleren? Dan moet je bij ons zijn." <