

# FONK



editie 402 | 6 nov  
16e jaargang 2024  
losse verkoop €15,-







38

22

12

16

## CONTENTS

### FRONTPAGES

- 8 Zalando lanceert Cultural Ties; Authenticiteit bij Qalb Mahmood; DREAMS in Moco Museum

### MENSEN

- 14 De persoonlijke groeistrategie van Dominique Henskens. **'Smiling is contagious. Go fot it!'**

### DOSSIER

#### FONK150 BEST AGENCIES 2024

- 23 Waarom de FONK150 Best Agencies **een fenomeen** is

- 23 **Aanmelden** voor de FONK150 Best Agencies van 2025? Zo doe je dat

#### *Branchegeraleerde conclusies*

- 27 **B Corp** en **Fossiel No Deal** beginnen aan hun opmars

- 29 Bureaurelaties blijven **zeer stabiel**

- 29 Branche-organisaties **verliezen** voor 3<sup>e</sup> jaar op rij terrein

- 33 Snackable bites voor **luie lezers**

- 35 Opmerkelijke **trends** (meer grote bureaus!) en resultaten

- 36 Appels met peren vergelijken: dit zijn alle bureaus die een **9+** scoorden!

#### *De opdrachtgever bepaalt:*

- 42 Deze bureaus zijn het **meest creatief**, Deze bureaus scoren **hoog op effectiviteit** Dit zijn de **beste business accelerators**

- 50 **The real thing:** dit is de lijst! Maak kennis met de **FONK150 Best Agencies van 2024!**

**82** Kennis opdoen in 28 **turbotalks**. Deze bureaus maken het verschil en delen hun recept voor een **succesvolle klant/bureaurelatie**:

- 84** ACT.agency
- 85** ASEGA
- 85** Bolden
- 87** BOOM
- 88** Brand Creatives
- 88** DartDesign
- 89** Digital Growth Agency
- 90** Dtch.Digitals
- 91** Duizenddingen
- 92** Featly
- 93** Finally an Agency
- 94** GIG creative film production
- 95** Gravity
- 96** Henry Handsome
- 97** INOMA
- 97** Klik Digital
- 99** mailmeisters
- 99** NeoSEM
- 101** Norday
- 102** Pink Marketing & Pünktlich
- 102** Pixelpillow
- 103** Storymotion
- 104** Mediabureau STROOM
- 104** Think Yellow
- 105** This Agency
- 106** Vertigo 6
- 106** Wunder
- 107** We Boost Brands

#### **RUBRIEKEN**

- 108** partners
- 110** colofon
- 7** voorwoord

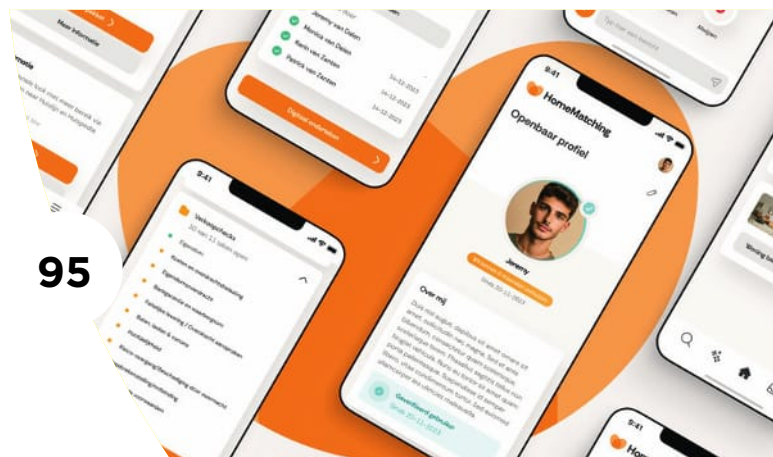
93



106



95



32



# HET BESTE PR BUREAU VAN NEDERLAND

VOOR HET 2E JAAR OP RIJ!



**VERTIGO 6**<sup>®</sup>



PART OF HAPPY HORIZON



## De mensen maken het verschil. Ook 'in de reclame'

Nederland was in 2024 als sportland succesvoller dan ooit. Ambitie, doorzettingsvermogen en een intense liefde voor de sport hebben de Nederlandse Olympische sporters geen windeieren gelegd en tegelijkertijd heeft de Nederlandse 'can do'-mentaliteit wereldwijd respect afgedwongen.

Wat dit te maken heeft met de bureauwereld en met deze uitgave in het bijzonder? Het is precies die ambitie, dat doorzettingsvermogen en de intense liefde voor 'het vak', waarmee de Nederlandse creatieve industrie nationaal en internationaal respect afdwingt. Niet voor niets mochten Dentsu Creative Amsterdam en KPN in Cannes dit jaar een Grand Prix ophalen en niet voor niets zijn de Nederlandse opdrachtgevers over het algemeen zeer te spreken over hun bureaus, zoals ook blijkt uit de resultaten van de 30e (!) editie van het Bureau Klanttevredenheidsonderzoek, waarvan de FONK150 Best Agencies de crème de la crème vertegenwoordigt.

Is er dan niets te winnen? Zeker wel! Fossiel No Deal verdient bijvoorbeeld een grootser podium bij opdrachtgevers en bureaus en het zou goed zijn als de brancheorganisaties zich gaan verdiepen in hun (meer) waarde. De opdrachtgevers zijn er, gezien hun collectief relatief lage waardering, niet van overtuigd. En zo zijn er nog wel meer verbeterpunten aan te wijzen. Maar eerlijk is eerlijk; de FONK150 Best Agencies is boven alles een moment om het succes

van de Nederlandse bureauwereld te vieren! Dat doen we dan ook volop met deze 112 pagina's dikke uitgave.

Daarmee zijn we er nog niet, want wie ècht alles wil weten over de Nederlandse bureauwereld pakt er in december het Jaarboek Red Alert 2024 bij, waarin alle integrale uitslagen van het bureau-onderzoek worden gepubliceerd die in deze editie van FONK nog niet te vinden zijn en waarin bovendien een aantal belangrijke, bepalende momenten van 2024 onder ieders aandacht worden gebracht.

**TIP1** Heb je het Jaarboek Red Alert 2024 nog niet besteld? Doe dat dan nu, want met name in print is deze uitgave razendsnel uitverkocht. Bestellen kan op [fonkmagazine.nl/shop/jaaruitgaven/red-alert-2024/](https://fonkmagazine.nl/shop/jaaruitgaven/red-alert-2024/).

**TIP2** Wil je in 2025 ook deelnemen aan het FONK150 Best Agencies onderzoek? Meld je dan o.v.v. FONK150 Onderzoek 2025 aan bij [nicolette@fonkmagazine.nl](mailto:nicolette@fonkmagazine.nl). Wij zorgen voor een tijdige follow-up.

# FRONT PAGES

## Zalando lanceert Cultural Ties

Zalando lanceert Cultural Ties - een verkenning van de communities, stijlen en culturen waarop streetwear in enkele van de meest invloedrijke Europese steden is gebaseerd: Amsterdam, Antwerpen, Berlijn, Parijs, Stockholm en Warschau. Het verhaal van elke stad wordt verteld aan de hand van de stemmen uit de betreffende community, en door de lens van twee fotografen Timothy Schaumburg en Shahram Saadat.

Om de mening van consumenten over streetwear te begrijpen, heeft Zalando een enquête laten uitvoeren door YouGov waarin de belangrijke rol van communities voor streetwear en zijn cultuur wordt bevestigd. 1 op de 5 (22%) respondenten gaf aan de lokale communities als grootste inspiratiebron voor streetwearstijl te beschouwen, waarmee deze belangrijker blijken te zijn dan sociale media-influencers (19%) en muziek/musici (18%). Met andere woorden: op beroemdheden gebaseerde trends verliezen aan invloed, wat aantoont dat streetwearmode steeds meer draait om persoonlijke expressie en lokale relevantie. Dit is vooral het geval in steden zoals Warschau (27%) en Parijs (27%). Uit de statistieken blijkt dat in deze steden de op communities geïnspireerde streetwear een enorme invloed heeft. Uit de gegevens blijkt ook dat Londen voorop loopt als de meest invloedrijke stad voor streetwearstijl, met 19% van de respondenten die deze stad noemden.

*Zalando launches Cultural Ties* - an exploration of the communities, styles and cultures on which streetwear is based in some of Europe's most influential cities: Amsterdam, Antwerp, Berlin, Paris, Stockholm and Warsaw. The story of each city is told through the voices of the respective community, and through the lens of two photographers Timothy Schaumburg and Shahram Saadat.

To understand consumers' views on streetwear, Zalando commissioned a survey by YouGov confirming the important role of communities for streetwear and its culture. 1 in 5 (22%) respondents said they considered local communities to be the biggest source of inspiration for streetwear style, proving more important than social media influencers (19%) and music/musicians (18%). In other words, celebrity-based trends are losing influence, showing that streetwear fashion is increasingly about personal expression and local relevance. This is especially the case in cities such as Warsaw (27%) and Paris (27%). Statistics show that in these cities, community-inspired streetwear is having a huge impact.

The data also shows that London leads the way as the most influential city for streetwear style, with 19% of respondents naming it.









## Qalb Mahmood

Abdulaziz Al-Hosni presenteert 'Qalb Mahmood,' een nieuwe tentoonstelling die de kracht van authenticiteit viert. Met zijn fotografie nodigt Aziz bezoekers uit om na te denken over de veranderlijkheid van identiteit en biedt hij een inclusiever perspectief. Door vrijheid te omarmen en kwetsbaarheid te vieren, overstijgt zijn werk conventionele verhalen en onthult het de complexe nuances van mannelijkheid en liefde. 'Qalb Mahmood' is Al-Hosni's eerste Europese tentoonstelling, georganiseerd in samenwerking met WeTransfer en Melkweg Expo.

*New exhibition by Abdulaziz Al-Hosni at Galaxy Expo* - Abdulaziz Al-Hosni presents 'Qalb Mahmood,' a new exhibition that celebrates the power of authenticity. Through his photography, Aziz invites visitors to reflect on the mutability of identity and offers a more inclusive perspective. By embracing freedom and celebrating vulnerability, his work transcends conventional narratives and reveals the complex nuances of masculinity and love. 'Qalb Mahmood' is Al-Hosni's first European exhibition, organised in collaboration with WeTransfer and Melkweg Expo.

De expo is gratis te bezoeken bij Melkweg Expo in Amsterdam van 1 november tot 31 december 2024.



## **Moco Museum Amsterdam lanceert DREAMS van Andrés Reisinger**

Het Moco Museum wil iconische werken van zowel baanbrekende kunstenaars als opkomend talent laten zien en weet te inspireren met tentoonstellingen die mensen verbinden, ideeën uitdagen en betrokkenheid opwekken. De nieuwste tentoonstelling DREAMS draait om de Argentijnse beeldend kunstenaar en ontwerper Andrés Reisinger. Reisinger staat bekend om zijn vermogen om digitale en fysieke werelden met elkaar te verbinden. Zijn werk creëert interactieve ervaringen die traditionele ideeën over kunst uitdagen en de grenzen tussen realiteit en abstractie doen vervagen.

*Moco Museum Amsterdam launches DREAMS by Andrés Reisinger* - Focusing on showcasing iconic works by both pioneering artists and emerging talent, Moco Museum consistently manages to inspire with exhibitions that connect people, challenge ideas and spark engagement. The latest exhibition DREAMS revolves around Argentinian visual artist and designer Andrés Reisinger. Reisinger is known for his unique ability to connect digital and physical worlds. His work creates interactive experiences that challenge traditional ideas about art and blur the boundaries between reality and abstraction.





## DE PERSOONLIJKE GROEISTRATEGIE VAN... DOMINIQUE HENSKENS

# 'Smiling is contagious, go for it!

Industriespecialist Nils Adriaans spreekt regelmatig vakgenoten, die willen sparren over hoe ze verder komen. Een prachtig streven, maar iemands succesniveau stijgt zelden tot nooit uit boven iemands niveau van persoonlijke ontwikkeling. Mede gebaseerd op het boek "Miracle Morning" van Hal Elrod en in een tijd van mental wellbeing én de hausse aan personal journeys op LinkedIn (#cringe), stelt Nils in deze rubriek gasten zes vragen én vraagt hij vijf beelden die haar/zijn/hun groeistrategie verbeelden. Ditmaal de beurt aan Dominique Henskens, Creative Strategy & Marketing (onder andere voor The Walt Disney Company) en voormalig managing director Cinetree.

*Ga recht op een stoel zitten, doe je ogen dicht en let drie minuten op je ademhaling. Wat is de voornaamste gedachte/het voornaamste inzicht dat er bij je opkomt en welk inspirerend beeld 'zie' je daarbij?*

'Verbondenheid. Een beeld van een tafel vol met enthousiaste mensen. Iedereen is druk met elkaar in gesprek en ze hebben het over grote en kleine dromen die ze nastreven. Something is cooking!'

### **gewoon opnieuw kijken en luisteren**

*Maak deze zin af: 'Ik ga me er hoe dan ook voor inzetten om... Een andere optie is er niet!' En waarom ga je je daar volledig voor inzetten en welke concrete acties horen daarbij?*

'Ik ga er alles aan doen om nieuwsgierig te blijven. Het grootste goed, wat mij betreft. Dat doe ik door met mensen in gesprek te gaan, ook als ik in eerste instantie even geen zin of tijd lijkt te hebben. Een nieuwe route naar kantoor lopen, ergens

anders gaan eten, nieuwe films of muziek proberen. Gewoon opnieuw kijken en luisteren, daar vind je de mooiste 'schatten' ofwel nieuwe ervaringen of inzichten.

Wat ik verder heel bewust doe, is het plannen van het bezoeken van events zoals het fantastische SXSW in Austin. SXSW staat bekend om de conferentie en het festival dat de convergentie van technologie, film, muziek, onderwijs en cultuur viert. Ik bezocht daar bijvoorbeeld een sessie van NASA over de ijszee op Saturnus' maan Titan. Niet iets wat meteen bruikbaar is in mijn dagelijks werk, maar het prikkelt wel mijn verbeelding en nieuwsgierigheid. Het is zo fijn om niet altijd doelgericht informatie te verzamelen, maar juist zaken tot je te nemen die je voorstellingsvermogen te buiten gaan.'

*Hoe ziet je ideale zelf eruit?*

'Een open minded persoon, niet cynisch, wel met veel humor. Met een growth mindset en sunny





---

**FOR THE  
CULTURE**

**THE POWER BEHIND  
WHAT WE BUY,  
WHAT WE DO, AND  
WHO WE WANT TO BE**

**MARCUS  
COLLINS**

---



side up. Ik vind de woorden van Rohit Bhargava, #1 WSJ-bestsellerauteur van onder andere *The Future Normal*, erg aansprekend. Hij zegt: "The only future that is real, is the one we can imagine." Als wij ons een betere toekomst voorstellen waarin we veel wereldproblemen hebben opgelost is het aannemelijker dat we die wereld ook krijgen. Omgekeerd geldt hetzelfde, het is een mindset. Kiezen we de rol van optimist of pessimist? Ik zal alles doen om geen pessimist te worden.'

*Creativiteit is beweging. Wat doe jij om fris en fruitig 100 te worden?*

'De Miracle Morning routine heb ik nog niet helemaal eigen gemaakt, hoor (lacht). Er zijn zeker elementen die me aanspreken en die ik toepas. Zo doe ik Yoga voor de Yin, en de kracht- en conditietraining in de sportschool voor mijn Yang. Ik probeer niet te veel te drinken en eten, al ben ik een echte Bourgondiër, want samen eten maakt gelukkig. Is trouwens ook wetenschappelijk bewezen! Ik ben ervan overtuigd dat het leven vieren het beste recept is om 100 te worden.'

### Kleurencursus van Pantone

*Wat lees, eet, slaap je om verder te groeien?*

'De combinatie van vakinhoudelijke opleidingen en cursussen combineer ik met het zoeken naar verdieping in boeken en het luisteren van podcasts. Ik ben net begonnen aan het boek *For the Culture: The Power Behind What We Buy, What We Do, and Who We Want to Be* van Marcus Collins.

Consumentengedrag is razend interessant, hoe ben en blijf je relevant als merk? Niet alleen sociaal-demografische aspecten zijn daarbij relevant, maar ook diversiteit, iemands levensfase, cultuur, overtuigingen en neurodiversiteit. Marketeers vinden hun eigen merk altijd geweldig interessant, de kunst is 'how to make it relevant for them (the consumer)'. Daarnaast ga ik binnenkort starten met een kleurencursus van Pantone, omdat kleur en de betekenis van kleur me zo integreert. Dus hey... let's find out!

En mijn superfood? Zeewier zit bomvol mineralen zoals magnesium, mangaan, jodium, calcium, ijzer en koper; dat vind ik heel lekker en het voelt goed. Ik probeer daarnaast in ieder geval veel verschillende groenten en fruit te eten, sinds ik de docu *Hack Your Health: The Secrets of Your Gut* gezien heb op Netflix.

Slapen, tenslotte, is heilig. Om 23 uur wil ik echt slapen om de volgende dag lekker fris op te staan. Koud douchen is wel top trouwens, al vind ik dat lauwwarm ook telt :-).'

### Dominique's groeistrategie verbeeld

*Welke – in totaal – vijf beelden horen bij deze antwoorden en jouw groeistrategie? Kun je die kort toelichten?*

'Een beeld van het boek waar ik het net over had *For the Culture: The Power Behind What We Buy, What We Do, and Who We Want to Be*. En een beeld van Iris Apfel – ze was zo kleurrijk en is 102 geworden; zij heeft zeker het leven gevierd, wat een icoon! En verder alles van Pexels, dus rechtenvrij: smiley, crazy lucht en zeewier.'

*Tenslotte, als je een tekst zou moeten/mogen schrijven voor Insta-fenomeen @dudewithsign, oftewel je zou op een zeepkist moeten gaan staan met een stuk karton en tekst daarop – wat zou daarop staan?*

'Smiling is contagious, go for it!'



'Het is zo fijn om niet altijd doelgericht informatie te verzamelen, maar juist zaken tot je te nemen die je voorstellingsvermogen te buiten gaan'

De rubriek 'De persoonlijke groeistrategie van...' is bedacht door industriespecialist Nils Adriaans, omdat hij regelmatig creatieven en CMO's spreekt, die willen sparren over hoe ze (ook intern – hoe bewijs je bijvoorbeeld dat marketing en creativiteit leiden tot meer business?) verder komen. Met zijn bedrijf Tussen de Linies adviseert hij bureaus, merken en individuen over hun bewegingen in de industrie. Hij bedenkt ook b2b-formats voor klanten, waarvan deze rubriek een voorbeeld is.

## Dominique Henskens' personal growth strategy

# 'Smiling is contagious, go for it!'

Industry specialist Nils Adriaans regularly speaks to peers who want to spar about how they are progressing. A wonderful endeavour, but one's level of success rarely, if ever, rises above one's level of personal development. Based partly on the book "Miracle Morning" by Hal Elrod and in an era of mental wellbeing and the boom in personal journeys on LinkedIn (#cringe), in this column Nils asks guests six questions and asks for five images that represent her/his/their growth strategy. This time it's the turn of Dominique Henskens, Creative Strategy & Marketing (for The Walt Disney Company, among others) and former managing director Cinetree.

*Sit straight on a chair, close your eyes and pay attention to your breathing for three minutes. What is the main thought/insight that comes to mind and what inspiring image do you 'see' accompanying it?*

'Connectedness. An image of a table full of enthusiastic people. Everyone is busy talking to each other and they are talking about big and small dreams they are pursuing. Something is cooking!'

### **just watch and listen a**

*Complete this sentence: 'I am going to commit to it no matter what... There is no other option!' And why are you going to fully commit to that and what concrete actions are involved?*

'I'm going to do everything I can to stay curious. The greatest good, as far as I'm concerned. I do that by engaging with people, even when I don't seem to have the inclination or time at first. Walking a new route to the office, eating somewhere new, trying new films or music. Just looking and

listening again, that's where you find the most beautiful 'treasures' or new experiences or insights.

Another thing I am very intentional about is planning to attend events like the amazing SXSW in Austin. SXSW is known for its conference and festival that celebrates the convergence of technology, film, music, education and culture. For example, I attended a session there by NASA on the sea of ice on Saturn's moon Titan. Not something immediately useful in my daily work, but it did spark my imagination and curiosity. It is so nice not always to gather information in a purposeful way, but rather to take in things that are beyond your imagination.'

*What does your ideal self look like?*

'An open-minded person, not cynical, but with a lot of humour. With a growth mindset and sunny side up. I find the words of Rohit Bhargava, #1 WSJ bestselling author of The Future Normal, among others, very appealing. He says: "The only future that is real, is the one we can imagine." If we imagine a better future in which we have solved many world

'It's so nice not to always be purposefully gathering information, but rather to take in things that are beyond your imagination'

problems, it is more likely that we will get that world. Conversely, the same applies; it is a mindset. Do we choose the role of optimist or pessimist? I will do everything not to become a pessimist.'

*Creativity is movement. What do you do to turn 100 fresh and fruity?*

'I haven't quite made the Miracle Morning routine my own yet, mind you (laughs). There are definitely elements that appeal to me and that I apply. For instance, I do Yoga for the Yin, and the strength and conditioning training at the gym for my Yang. I try not to drink and eat too much, although I am a real bon vivant, because eating together makes me happy. Has been scientifically proven too, by the way! I am convinced that celebrating life is the best recipe for reaching 100.'

### Colour course from Pantone

*What do you read, eat, sleep to grow further?*

'I combine professional training and courses with looking for depth in books and listening to podcasts. I just started the book *For the Culture: The Power Behind What We Buy, What We Do, and Who We Want to Be* by Marcus Collins. Consumer behaviour is hugely interesting, how do you be and stay relevant as a brand? Not only socio-demographics are relevant here, but also diversity, a person's life stage, culture, beliefs and neurodiversity. Marketers always find their own brand tremendously interesting, the trick is 'how to make it relevant for them (the consumer).'

Besides, I will soon start a colour course by Pantone, because colour and the meaning of colour integrates me so much. So, hey... let's find out!

And my superfood? Seaweed is packed with minerals like magnesium, manganese, iodine, calcium, iron and copper; I really like that, and it feels good. Besides that, I try to eat at least a lot of different fruits and vegetables, since I watched the docu *Hack Your Health: The Secrets of Your Gut* on Netflix.

Sleep, after all, is sacred. At 11pm, I really want to sleep to wake up refreshed the next day. Cold showering is great, although I think lukewarm counts too :-)

### Dominique's growth strategy depicted

*Which - in total - five images belong to these answers and your growth strategy? Can you briefly explain them?*

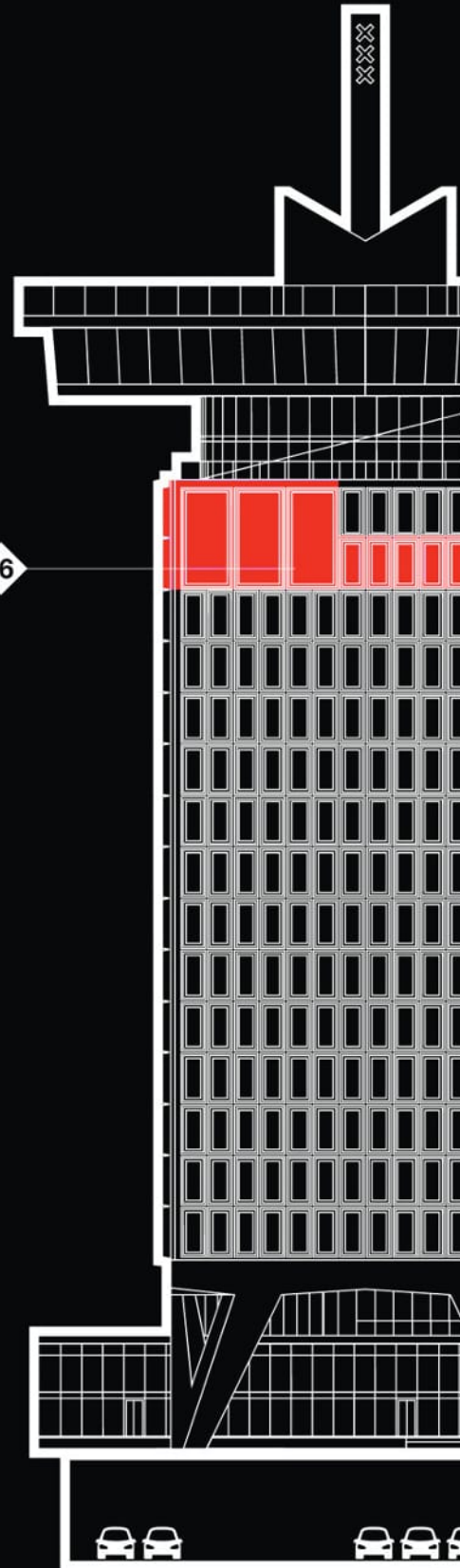
'An image of the book I was just talking about *For the Culture: The Power Behind What We Buy, What We Do, and Who We Want to Be*. And an image of Iris Apfel - she was so colourful and lived to be 102; she certainly celebrated life, what an icon! And everything else from Pexels, so royalty-free: smiley face, crazy sky and seaweed.'

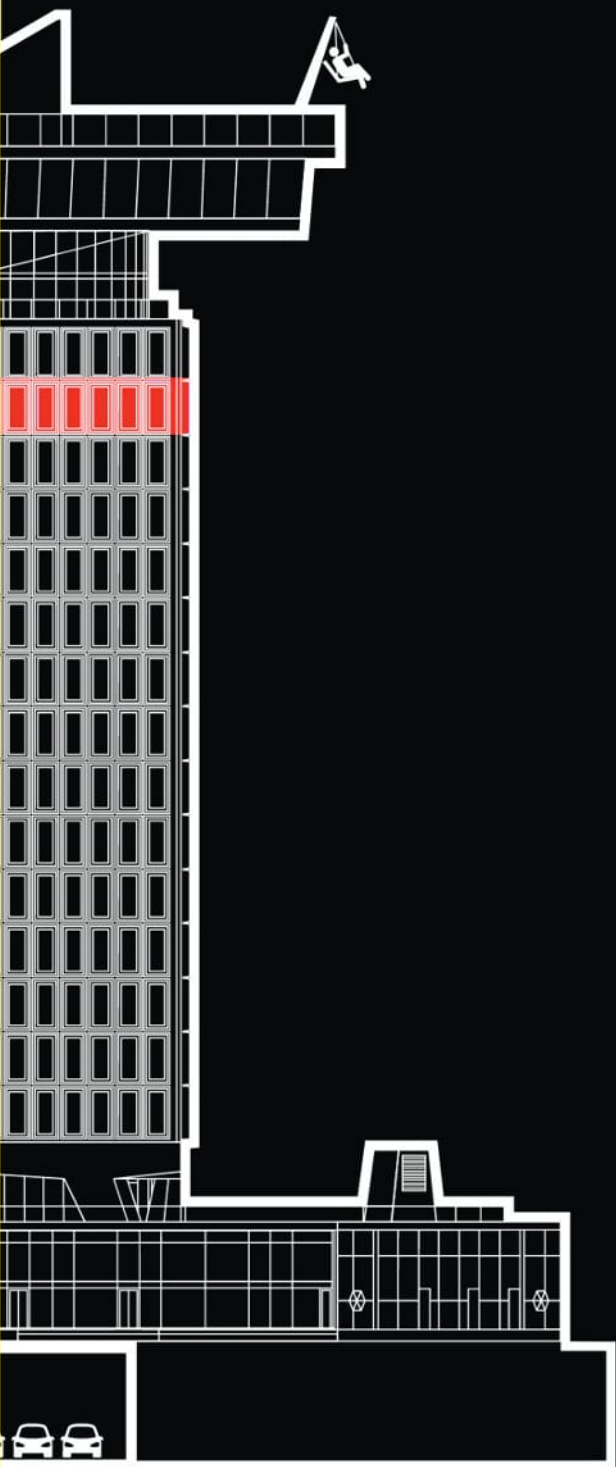
*Finally, if you had to/were allowed to write a text for Insta phenomenon @dudewithsign, i.e. you had to stand on a soapbox with a piece of cardboard and text on it - what would it say?*

'Smiling is contagious, go for it!'

The column 'The personal growth strategy of...' was conceived by industry specialist Nils Adriaans, because he regularly speaks to creatives and CMOs who want to spar about how they are moving forward (also internally - how do you prove, for example, that marketing and creativity lead to more business?). With his company Tussen de Linies, he advises agencies, brands and individuals on their moves in the industry. He also devises B2B formats for clients, of which this column is an example.

**FONX** @ The Loft 16







## Sneak peek 30<sup>e</sup> editie Bureau Klanttevredenheidsonderzoek 2024

# Waarom de **FONK150 Best Agencies** een fenomeen is

De FONK150 Best Agencies 2024 is in dertig jaar tijd uitgegroeid tot een fenomeen. En niet voor niets want De Lijst is jaarlijks de weerspiegeling van bureaus die aantoonbaar kunnen claimen de meest tevreden opdrachtgevers tot hun klanten te mogen rekenen. Aantoonbaar, want jaarlijks voert marktonderzoeksbureau Multiscopie in opdracht van FONK magazine het onderzoek uit waarin opdrachtgevers zich expliciet uitspreken over de relatie met hun bureau. Om een plek te veroveren bij de FONK150 Best Agencies, moeten bureaus minimaal een berekend gemiddelde van 8+ scores in het bureau klanttevredenheidsonderzoek. In deze introductie een toelichting op het onderzoek dat voortbouwt op 30 jaar onderzoekservaring.

De FONK150 Best Agencies 2024 is samengesteld aan de hand van 30 jaar onderzoekservaring op het gebied van bureau klanttevredenheid. In het onderzoek wordt onderzocht of de bureaus die zich voor het onderzoek hebben aangemeld, aan de eisen van hun opdrachtgevers kunnen voldoen. Maar er wordt naar meer gekeken dan het onderzoek alleen om een positie te veroveren bij de FONK150 Best Agencies van het Jaar. De volgende vijf criteria zijn hierbij bepalend:

- Resultaat bureau klanttevredenheidsonderzoek (gemiddeld 8 of hoger)
- Zichtbare durf te vernieuwen
- Klantenlijst die ertoe doet
- Zichtbaar en gepassioneerd ondernemerschap
- Positieve zichtbaarheid in de media

### volledig bureauspectrum

Aan de basis van de FONK 150 Best Agencies ligt primair het resultaat dat de bureaus in het klanttevredenheidsonderzoek weten te realiseren. Het onderzoek rapporteert niet alleen over digital agencies of fullservice bureaus, maar vertegenwoordigt het volledige bureauspectrum. In het bureau klanttevredenheidsonderzoek wordt onderscheid gemaakt in twaalf bureauspecialisaties. Op deze manier kunnen opdrachtgevers kennismaken met de best presterende bureaus binnen hun eigen concurrentieveld en groottegroep.

De specialisaties waarover wordt gerapporteerd, zijn: Activatie; Branding; Business to Business; Content Creation; Design; Digital; Fullservice reclamebureaus; Media; Public Relations, Recruitment Marketing, Tech en Videoproduction.

### 4 groottegroepen

Het veldwerk van het bureau klanttevredenheidsonderzoek 2024 is opnieuw uitgevoerd door marktonderzoeksbureau Multiscopie. De deelnemende bureaus zijn behalve in specialisaties ook ingedeeld in vier groottegroepen:

<i>groot:</i>	> 50 werknemers
<i>middelgroot 1:</i>	25 - 49 werknemers
<i>middelgroot 2:</i>	11 - 24 werknemers
<i>klein:</i>	< 10 werknemers

lees verder op pagina 25

### Aanmelden voor bureau onderzoek en FONK150 2025 geopend

Wil je in 2025 ook of weer meedingen naar een plaats in de FONK150 Best Agencies van het Jaar om een jaar lang te kunnen profiteren van de positieve impact en zichtbaarheid die een positie op De Lijst met zich meebrengt? Stuur dan een mailtje naar [nicolette@fonkmagazine.nl](mailto:nicolette@fonkmagazine.nl) onder vermelding van "aanmelden bureau-onderzoek 2025". Je ontvangt dan alle relevante informatie om je aanmelding voor de 2025-editie van de FONK150 Best Agencies of the Year te bevestigen.

### Application for agency survey and

**FONK150 2025 open** - *Would you also like to compete for a place in the FONK150 Best Agencies of the Year in 2025 and benefit for a year from the positive impact and visibility that a position on The List brings? Then send an email to [nicolette@fonkmagazine.nl](mailto:nicolette@fonkmagazine.nl) stating "sign up for agency survey 2025". You will receive all the relevant information to confirm your application for the 2025 edition of the FONK150 Best Agencies of the Year.*

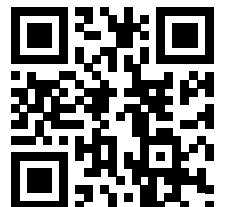


Founded in Tokyo in 2014 and now also in London, Amsterdam and Warsaw, Dentsu Lab connects experts, creatives, designers, strategists and technologists to clients around the world.

A network of physical lab spaces, designed to create impact for businesses and society, through technological and creative research and development.

# DENTSU LAB LAUNCHING IN AMSTERDAM

■ [DENTSULAB.COM](https://dentsulab.com)





### 13 onderwerpen

Marktonderzoekbureau Multiscope vraagt de opdrachtgevers van de bureaus naar hun tevredenheid op dertien onderwerpen. De tevredenheid wordt uitgedrukt in een verbale schaal en vervolgens in schoolcijfers. De resultaten over de dertien onderwerpen leiden tot een berekend gemiddelde per bureau. Dit zijn de dertien onderwerpen waar marketeers en brandowners hun bureau op beoordelen:

*Snelheid van werken*  
*Relatiebeheer*  
*Prijs-Prestatie*  
*Inzet & Service*  
*Administratieve afhandeling*  
*Nauwkeurigheid*  
*Omgaan met briefings*  
*Functioneren als sparringpartner*  
*Pro-activiteit*  
*Creativiteit*  
*Effectiviteit*  
*Functioneren als Business Accelerator*  
*Tevredenheid in het algemeen*

De in rood weergegeven onderwerpen hebben betrekking op de kerndisciplines van de bureaus, de overige onderwerpen betreffen de belangrijkste voorwaarden daarbij.

### berekend gemiddelde bepalend voor opname in FONK150

De tevredenheid in het algemeen is niet zoals het berekend gemiddelde een absolute waarde, maar geeft de tevredenheid weer die de opdrachtgever gevoelsmatig heeft ten aanzien van de samenwerking met het bureau. Idealiter zullen 'berekend gemiddelde' en 'tevredenheid in het algemeen' niet ver uit elkaar liggen. Het berekend gemiddelde over de hierboven vermelde dertien disciplines bepaalt of een bureau in aanmerking komt voor een positie in de FONK150 Best Agencies van het Jaar.

### complete resultaten in jaaruitgave Red Alert 2024

Naast de FONK150 Best Agencies 2024, die alleen een sneak peek op het complete onderzoek biedt, verschijnen de integrale onderzoeksresultaten van het bureau klanttevredenheidsonderzoek in december exclusief in de jaaruitgave Red Alert 2024. Hier vind je de volledige, integrale onderzoeksresultaten van alle bureaus die een 7+ hebben gerealiseerd in het bureau klanttevredenheidsonderzoek van 2024. Voor opname in de jaaruitgave geldt dus een gemiddelde klanttevredenheid van 7 of hoger over 13 disciplines als publicatiecriterium.

Daarnaast presenteren bureaus zich in het jaarboek niet alleen met video's en statements, maar zijn er ook bureaupresentaties waarmee zich oriënterende adverteerders een nog betere indruk krijgen van wat het actuele Nederlandse bureaulandschap te bieden heeft. ■



### Jaarboek Red alert 2024: Grijp er niet naast!

In de FONK150 publiceert de redactie van fonk magazine op de pagina's hierna naast de bureaulijst met 150 beste bureaus van 2024, ook een aantal highlights uit het bureau klanttevredenheidsonderzoek 2024. De integrale en dus complete resultaten van het onderzoek verschijnen inclusief bureaupresentaties en veel wetenswaardigheden en interviews over de bureauwereld als geheel, in december 2024 in het bureau naslagwerk van het jaar: Red Alert 2024. Wil je een exemplaar van deze "bijbel van de Nederlandse bureauwereld" in huis hebben? Wees er dan snel bij, want tegen de tijd dat deze uitgave van de persen rolt, is die snel uitverkocht. De prijs voor deze jaaruitgave is 95 euro; je ontvangt de digitale uitgave (veel filmmateriaal included!) er kosteloos bij.



Bestel hier de print en/of digitale uitgave van het Red Alert 2024

# ZOEK JE EEN SIDEKICK?

VOOR AL JE CONTENTPRODUCTIE



Zet je speurtocht ff op pauze! Want je hebt zojuist jouw pro-actieve full-service contentbureau gevonden. Wij zijn je sidekick. Je handige rechterhand. Dus heb je een zetje nodig om je content te fixen? 65 specialisten staan in de startblokken.

**DOEKE GETS IT DONE:**  
06 45 88 80 71  
[doeke@creativemedianetwork.com](mailto:doeke@creativemedianetwork.com)



**CREATIVE  
MEDIA  
NETWORK**

## **Branche-gerelateerde conclusies bureau klanttevredenheidsonderzoek 2024**

# B Corp en Fossiel No Deal beginnen aan opmars

Naast bureau-specifieke vragen zijn in het bureau klanttevredenheidsonderzoek ook vier vragen opgenomen die de branche als geheel aangaan. Het gaat daarbij met name om de duur van de bureau-relatie, het belang van branche-organisaties, het aanbieden van een geïntegreerd dienstenpakket en het belang van B Corp en Fossiel No Deal.

*lees verder op pagina 29 > for English, see page 30 >>*



## Die 'Bureau van het jaar'-verkiezingen zijn ook overal hetzelfde.

Zowel in Nederland als Zuid-Afrika werd Joe Public onlangs uitgeroepen tot 'Bureau van het Jaar'. Leuk natuurlijk, maar je betaalt er niet de huur mee. Zeker niet van ons nieuwe, monumentale pand in Oost. Met een flink aantal digitale experts van partner Springbok trekken we daar binnenkort in.



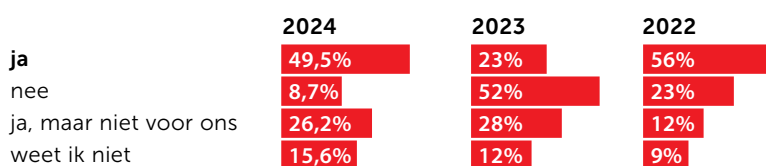
**Joe Public**  
AMSTERDAM

Zodat we nog beter kunnen samenwerken op onze klanten. 360 Graden. Oftewel: 'From Big Idea to Big Data' (of andersom). Benieuwd wat we voor jouw merk kunnen doen? Bel voor een kennismaking met Antoine Houtsma (020-76 008 77) of stuur een mailtje naar [antoine@joepublic.nl](mailto:antoine@joepublic.nl).

De belangrijkste branche-gerelateerde uitkomsten van 2024 op een rij:

### Het belang van geïntegreerde communicatie

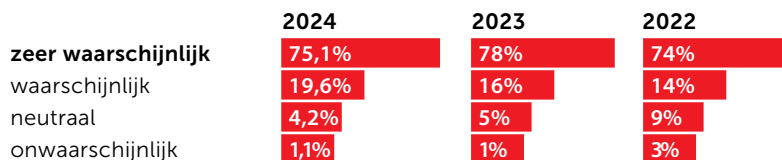
*Acht je jullie bureau in staat een relevante bijdrage aan het geïntegreerde traject te leveren?*



2024 Laat hier duidelijk een **trendbreuk** zien. Nog nooit eerder zei slechts 8,7% geen belang te hechten aan geïntegreerde communicatie. Iets om bij stil te staan voor bureaus die hun dienstverlening onder de loep willen nemen.

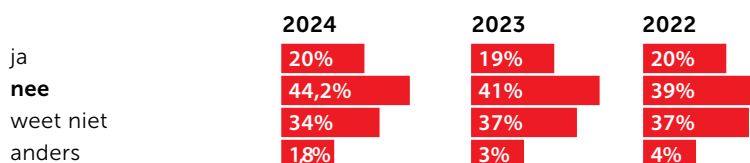
### Hoe stabiel is de relatie?

*Hoe waarschijnlijk is het dat jullie in het komend jaar zaken blijven doen met jullie bureau?*



### belang van branche-organisaties

*Vind je het gewenst dat jullie bureau is aangesloten bij één van de branche- of vakorganisaties, zoals VIA, DDA, BNO of ADCN?*



### het belang van B Corp en Fossil No Deal

Nieuw bij de algemene vragen was dit jaar of opdrachtgevers belang hechten aan B Corp en Fossil no Deal. Moet hun bureau bij voorkeur een B Corp zijn en/of aangesloten bij Fossil no Deal? Dit jaar zegt het merendeel van de opdrachtgevers deze zaken (nog) niet in hun overwegingen mee te nemen. Maar het feit dat bij deze eerste meting ruim een kwart zegt er wél belang aan te hechten, is veelzeggend. Dit is de outcome van 2024:



### Punten die ieders aandacht verdienen

**I**  
Op de vraag of er nog een andere belangrijke voorwaarde is dan in het onderzoek genoemde voor een goede relatie met het bureau hebben veel antwoorden nog altijd betrekking op **onderling vertrouwen** en de **betrouwbaarheid** van het bureau als zakenpartner. Bij dat laatste is met name het **nakomen van afspraken** een veel gehoord aandachtspunt

**II**  
Zorgwekkend is dat voor het derde jaar op rij het belang van branche-organisaties in de perceptie van de opdrachtgevers afneemt.

**III**  
Daar tegenover staat dat ruim een kwart van de opdrachtgevers wél het belang inziet van bureaus die B Corp zijn en/of aansluiting hebben bij **Fossil No Deal**. En dat, terwijl deze vraag in 2024 voor het eerst in het onderzoek meeliep. Voor de redactie van FONK is dit de aanleiding om de bureaus die lid zijn van Fossil No Deal in de jaaruitgave Red Alert die in december verschijnt van een extra 'keurmerk' te voorzien.

**Industry-related conclusions agency customer satisfaction survey 2024**

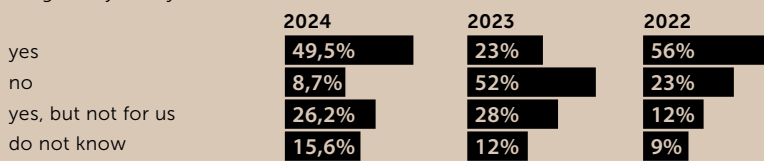
## *B Corp and Fossil No Deal begin advance*

In addition to agency-specific questions, the agency customer satisfaction survey also includes four questions that concern the industry. These concern the length of the agency relationship, the importance of branche organisations, the provision of an integrated service package and the importance of B Corp and Fossil No Deal.

Key industry-related outcomes of 2024:

**the importance of integrated communication**

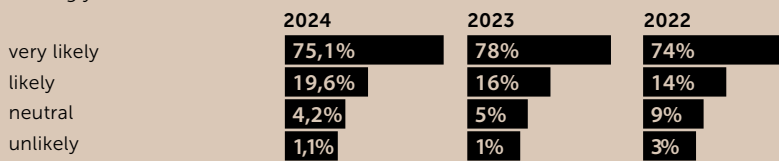
*Do you consider your agency capable of making a relevant contribution to the integrated journey?*



2024 clearly shows a trend reversal here. Never before only 8,7% said they did not value integrated communications. Something to think about for agencies looking to scrutinise their services.

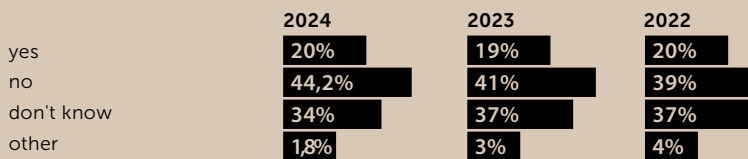
**how stable is the relationship?**

*How likely is it that you will continue to do business with your agency in the coming year?*



**importance of trade associations**

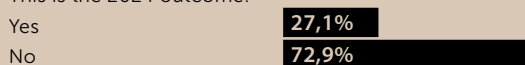
*Do you find it desirable that your agency is affiliated to one of the trade or professional organisations, such as VIA, DDA, BNO or ADCN?*



**The importance of B Corp and Fossil No Deal**

New to the general questions this year was whether clients care about B Corp and Fossil no Deal. Should their agency preferably be a B Corp and/or affiliated with Fossil no Deal? This year, the majority of clients said they did not (yet) factor these issues into their considerations. But the fact that in this first measurement, over a quarter say they do attach importance to them is telling.

This is the 2024 outcome:



**Points that deserve everyone's attention**

I  
When asked if there is any other important condition other than those mentioned in the survey for a good relationship with the agency, many answers still relate to **mutual trust** and the **reliability** of the agency as a business partner. For the latter **keeping appointments** is a frequently heard concern.

II  
**Worryingly**, for the third year in a row, the value of industry associations is declining in the perception of clients.

III  
In contrast, over a quarter of clients do recognise the importance of agencies that are **B Corp** and/or have affiliation with **Fossil No Deal**. And that, even though this question was first included in the survey in 2024. For the editors of FONK, this is what prompted them to give those agencies that are members of Fossil No Deal an extra 'seal of approval' in the annual edition Red Alert published in December.





## Sneak peek bureau klanttevredenheidsonderzoek 2024

# Snackable bites voor de luie lezer

Creativiteit, Effectiviteit en Functioneren als business accelerator zijn de drie kernkwaliteiten waarop klanten hun bureaus beoordelen. Natuurlijk moeten ook andere zaken als prijs, administratieve afhandeling, proactiviteit en nauwkeurigheid in orde zijn, maar als je als bureau de eerste drie kwaliteiten niet waarmaakt, is de kans groot dat het einde van de samenwerking in zicht is. Het bureau klanttevredenheidsonderzoek 2024 belicht de samenwerking tussen de klant en het bureau in duidelijke (school)cijfers.

Op deze pagina's geven we een voorproefje van de kwaliteiten van de Nederlandse bureauwereld in de FONK150 Beste Bureaus 2024. De integrale resultaten van het bureauklanttevredenheidsonderzoek over 13 touchpoints, verschijnen in december in de jaarlijkse uitgave Red Alert 2024. En natuurlijk werpen we ook een eerste blik op de bureaus met de allerhoogste klanttevredenheid (gemiddeld 9 of hoger over 13 gemeten disciplines) in het onderzoek van dit jaar. *Bekijk de TOP 50 van alle bureaus met een gemiddelde van 9+ op pagina 36.*

### resultaat 8+

Het veldwerk voor de 30e editie van het Bureau Klanttevredenheidsonderzoek werd voor het elfde jaar op rij uitgevoerd door Multiscope. In 2024 werden 3397 opdrachtgevers benaderd om hun oordeel te geven over de samenwerking met hun bureau. De verwerkte, bruikbare respons is 1801. Daarmee is de doelstelling om een overall respons van 50% te genereren, gehaald. In de FONK150 Beste Bureaus van het Jaar publiceren we alleen bureaus met een gemiddelde klanttevredenheid van 8,00 of hoger. *Ga voor de volledige lijst met spelregels voor de FONK150 naar pagina 23.*

### Wil je alle ins en outs weten?

#### Bestel onze jaarlijkse Red Alert 2024

De publicatie van de integrale resultaten van het onderzoek (alle bureaus die een gemiddelde van 7 of hoger scoorden) vind je in december in het jaarboek Red Alert 2024. Marketeers en bureaus die alle ins en outs willen weten, kunnen het bestellen via de webshop van fonk magazine. Adverteerders die deelnamen aan het veldwerk van het onderzoek ontvangen het ruim 200 pagina's tellende jaarboek gratis als digitale editie inclusief talloze links, video's en bureaupresentaties in hun mailbox.

### Recap 2024

Voor wie haast heeft en voor iedereen die niet met zijn vingers langs alle lijstjes en kolommen van Red Alert 2024 in december wil lopen, zetten we een aantal van de meest in het oog springende prestaties en opmerkelijke ontwikkelingen, nieuwkomers, blijvers en topscorers van 2024 op een rij in de FONK150 Beste Bureaus van het Jaar. Om te beginnen wat relevante hapklare brokjes over de bureauwereld van 2024 in cijfers:

### hoogste gemiddelde resultaat

> Het **hoogste gemiddelde resultaat** in de enquête van dit jaar is **9,88**. Dit resultaat komt toe aan:

*lees verder op pagina 35 >>*

# IMPACT MAKEN WE SAMEN

Bij ASEGA geloven we in de kracht van samenwerking om het beste en mooiste werk te realiseren. We zijn daarom niet alleen je contentmarketingbureau, maar je sparring partner, je klankbord, je multi-inzetbare collega met wie je altijd even kan overleggen. Jij brengt jouw expertise aan tafel, wij brengen onze creativiteit, kennis en enthousiasme. En door die samenwerking, door alles met elkaar te delen en eerlijk en kritisch te zijn, bouwen we een vertrouwensband op. Want impact maken doen we samen met jou.

ASEGA.

Content met impact.



**BESTE CONTENT CREATION**  
BUREAU MIDDELGROOT



**GiG creative film production**

*Lees de turbotalk met dit bureau vanaf pagina 94*

- > Het hoogste gemiddelde resultaat dit jaar is 0,04 punt **lager** dan in 2023.
- > De hoogste overall waardering hadden de opdrachtgevers dit jaar voor de **inzet & service** van de bureaus. Ze waardeerden dit onderdeel met een overall gemiddelde van **9,12**.

**digitale bureaus game-changers in de bureauwereld**

- > Het aantal **digitale bureaus** (94) dat dit jaar deelneemt aan het bureauklanttevredheidsonderzoek is opnieuw veruit de grootste groep en verdubbeld en overvleugelt voor het tweede jaar op rij de full-service bureaus (50). Het lijkt erop dat digitale bureaus ook in 2024 de **spelbepalers** zijn in de bureauwereld. De grootste groep digitale bureaus profileert zich in middelgroot 2 (24-11 werknemers).

- > De bureaucategorieën **Videoproduction**, die in 2022 voor het eerst aan het onderzoek werd toegevoegd, is in opkomst. 15 Agencies realiseerden een gemiddeld resultaat van 7 of hoger. Ook het agency met de hoogste klanttevredenheid van dit jaar (GiG creative film production) is in deze categorie te vinden.

**meer grote bureaus met een hogere klanttevredenheid**

- > Ook dit jaar is **het aantal grote bureaus** (50 medewerkers of meer) met een score van 7 of hoger, groeiend. Dit jaar kunnen we de resultaten presenteren van 32 grote bureaus met een gemiddelde klanttevredenheidsscore tussen 7,58 en 9,84. In 2023 waren dat nog 25 bureaus (in 2022:19) en bovendien was de gemiddelde klanttevredenheid in deze groep lager. Dat zowel het aantal bureaus als hun tevredenheidsscore nu in de lift zit, is een **goed signaal**, omdat dit van oudsher de groep is met 'meest kritische opdrachtgevers'.

*Lees de Turbotalks met bureaus als Dutch. Digitals, Norday, Somention, Think Yellow en PAQT vanaf pagina 83.*

**Hype of trend?**

- > In het verleden scoorden **grote bureaus** lager in de enquête dan middelgrote en kleine(re) bureaus. Maar nu lijkt er definitief een kentering ingezet. Dit jaar is de hoogste score onder grote bureaus (9,84, **Dtch. digitals**) voor het tweede jaar op rij hoger dan de hoogste score in de groep middelgroot 1 (9,75, BOOM strategie & communicatie). Hype of blijvende trend? We gaan het zien in 2025.

**middelgrote bureaus hart van de creatieve industrie**

- > Ook in 2024 vormen middelgrote bureaus een herkenbare spiegel van de bureauwereld; het is de grootste groep in het onderzoek. Middelgroot 1 (49-25 medewerkers) en 2 (24-11 medewerkers) samen omvatten 176 bureaus. We noemen hier onder andere **BOOM** (9,75), **Finally an Agency** (9,68), **Vertigo 6** (9,50), **Toon** (9,49), **Oto9** (9,45) in de groep Middelgroot 1. In de groep Middelgroot 2 vallen onder meer **GiG creative film production** (9,88), **Brand Creatives** (9,74), **Pixxelpillow** (9,62), **Brndz** (9,59) en **Digital Growth Agency** (9,54) op.

*Lees de Turbotalks met onder andere GiG Creative Film production (pagina 94), Finally an Agency (pagina 93), Vertigo 6 (pagina 106), Brand Creatives (pagina 88.), INOMA (pagina 97), NeoSEM (pagina 99) en DartDesign (pagina 88).*

**Zo mooi kan klein zijn**

- In de groep Kleine bureaus (tot en met 10 werknemers) realiseerden 54 bureaus een gemiddelde van 7 of meer. Het hoogste gemiddelde resultaat in deze groep is 9,77, de laagste (publicabele) score is 7,28. De Top 5 in deze groep wordt gevormd door: **mailmeisters** (9,77), **360DGTL** (9,75), **Social Roots** (9,68; dit bureau haalde de hoogste score in 2023 en eindigt ook dit jaar weer in de hoogste regionen), **ad your service** (9,66) en **Wunder** (9,60).

*Lees de Turbotalks met onder andere Storymotion (pagina 103), This Agency (pagina 105), Wunder (pagina 106) en mailmeisters (pagina 99)*



FONK150 Best Agencies of the Year  
Op de hiernavolgende pagina's hebben we de resultaten van het bureau klanttevredenheidsonderzoek 2024 gebruikt als referentiekader voor het samenstellen van de FONK150 Best Agencies naar pagina 50 >>

## Appels en peren vergelijken

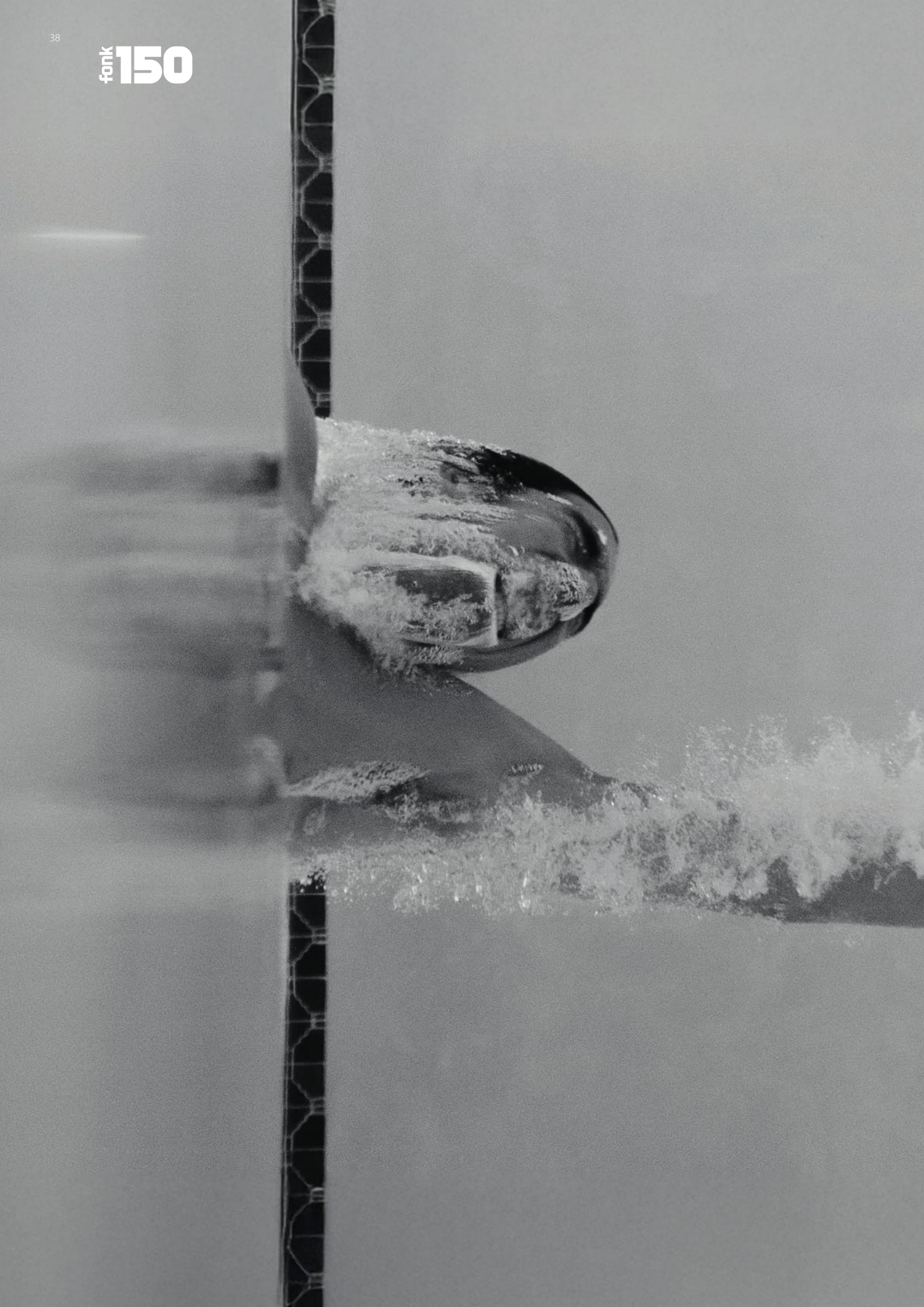
Hoewel een ranglijst van hoog naar laag van alle bureaus bij elkaar appels met peren vergelijken is (want van groot naar klein en twaalf specialisaties door elkaar), wordt er toch ieder jaar naar gevraagd. We presenteren hier dus ook dit jaar weer op veler verzoek de bureaus met een gemiddelde hoger dan 9+. Op de volgende pagina's zijn in de lijst FONK150 best Agencies of the Year alle bureaus opgenomen met een gemiddelde van 8+ (zie vanaf pagina 50). De integrale resultaten (gemiddelde van 7 of hoger) worden opgenomen in de jaaruitgave RED alert 2024, dat in december 2024 verschijnt.

De ranking met alle uitslagen over 13 touchpoints zal in december te vinden zijn in de jaaruitgave Red Alert 2024. De jaaruitgave kun je hier bestellen.

## Bureaus met een gemiddeld resultaat van 9+

Ranking	Bureaunaam	Omvang	Specialisatie	berekend gemiddelde
1	GiG creative film production	Middelgroot 2	Videoproductie	9,88
2	Dtch. Digitals	Groot	Digital	9,84
3	mailmeisters	Klein	Digital	9,77
4	BOOM Strategie & Communicatie	Middelgroot 1	Business to Business	9,75
4	360DGTL	Klein	Digital	9,75
5	Brand Creatives	Middelgroot 2	Full Service	9,74
6	Finally an agency	Middelgroot 1	Full Service	9,68
6	Social Roots	Klein	Digital	9,68
7	ad your service	Klein	Digital	9,66
8	Pixelpillow	Middelgroot 2	Business to Business	9,62
11	Wunder	Klein	Branding	9,60
12	Brndz	Middelgroot 2	Full Service	9,59
13	Storymotion - Creative Video Agency	Klein	Videoproductie	9,58
14	MondoMarketing	Klein	Digital	9,54
14	Digital Growth Agency	Middelgroot 2	Digital	9,54
15	Filmmacht	Klein	Videoproductie	9,52
16	Limesquare	Middelgroot 2	Full Service	9,51
17	YourFellow	Middelgroot 2	Digital	9,50
17	Vertigo 6 - Part of Happy Horizon	Middelgroot 1	Public Relations	9,50
18	Toon	Middelgroot 1	Branding	9,49
19	Oto9 Values-driven Creativity	Middelgroot 1	Full Service	9,45
20	Sinc Agency	Middelgroot 2	Full Service	9,44
21	DGTLbase	Klein	Digital	9,43
21	Pixxels	Middelgroot 2	Digital	9,43
22	NeoSEM	Middelgroot 1	Digital	9,42
23	ON A DAILY BASIS	Middelgroot 2	Full Service	9,41
23	Duizendingen - Creative Agency	Klein	Content Creation	9,41
24	Lyfter	Middelgroot 2	Tech	9,40
25	September Digital	Middelgroot 2	Digital	9,39
26	Suite Seven	Middelgroot 2	Digital	9,37
27	Fervent Digital	Middelgroot 2	Digital	9,35
28	Glow in the Dark	Klein	Videoproductie	9,33
28	Digital Impact	Middelgroot 1	Digital	9,33
28	TALK ABOUT	Klein	Public Relations	9,33
29	AdResults	Middelgroot 1	Digital	9,32
30	Internet Impact	Klein	Digital	9,31
30	Joe Public	Middelgroot 2	Full Service	9,31
31	INOMA	Klein	Business to Business	9,30
32	De Leo Media	Klein	Content Creation	9,29
32	Wemessage	Middelgroot 1	Full Service	9,29
33	Roots Network	Klein	Digital	9,28
33	Lamper Design	Klein	Tech	9,28

Ranking	Bureaunaam	Omvang	Specialisatie	berekend gemiddelde
34	Visser Media & Design	Middelgroot 2	Videoproduction	9,27
35	Juist	Middelgroot 1	Digital	9,26
36	Mediabirds	Klein	Digital	9,25
36	Featly Media	Klein	Mediabureaus	9,25
36	Wux	Middelgroot 2	Digital	9,25
37	Reversed Digital	Klein	Tech	9,23
37	Van Ons	Middelgroot 2	Tech	9,23
37	Klik Digital	Klein	Activatie	9,23
38	Think Yellow	Groot	Full Service	9,21
38	Cantona	Klein	Digital	9,21
39	SmartRanking	Middelgroot 2	Digital	9,20
39	Moddit Digital Agency	Middelgroot 1	Digital	9,20
40	Weekend Creative Agency	Middelgroot 2	Full Service	9,17
40	Henry Handsome	Middelgroot 2	Design	9,17
40	Dunion Online Marketing	Middelgroot 2	Digital	9,17
41	Popcorn Stories	Klein	Videoproduction	9,15
41	Nextly	Middelgroot 2	Digital	9,15
41	Activation Heroes	Klein	Activatie	9,15
41	#spon	Klein	Content Creation	9,15
42	Your Majesty	Middelgroot 2	Digital	9,13
42	Grow Up Digital	Middelgroot 2	Digital	9,13
43	BrightQontent	Klein	Content Creation	9,12
43	Gravity	Middelgroot 1	Tech	9,12
43	Nerds & Company	Middelgroot 1	Digital	9,12
43	Fightclub	Groot	Full Service	9,12
43	Cooler Media	Middelgroot 2	Videoproduction	9,12
44	This Agency	Klein	Full Service	9,10
45	ASEGA Creative Agency	Middelgroot 2	Content Creation	9,09
46	Draft Digital	Klein	Digital	9,08
46	TRGR - Digital Creative Agency	Klein	Digital	9,08
46	Thesio	Middelgroot 1	Tech	9,08
46	Olifant Media	Middelgroot 2	Digital	9,08
46	Bolden	Klein	Design	9,08
47	Websteen	Middelgroot 2	Digital	9,07
47	Merlin Studio	Klein	Digital	9,07
48	OMCBase	Klein	Business to Business	9,06
48	Kemari®	Middelgroot 1	Full Service	9,06
49	Mediabureau STROOM	Middelgroot 1	Mediabureaus	9,05
49	Blue Dragon	Groot	Full Service	9,05
49	Cube	Middelgroot 1	Digital	9,05
49	Codigital	Klein	Digital	9,05
50	Online Klik	Middelgroot 2	Digital	9,04
51	effectgroep*	Middelgroot 1	Full Service	9,03
51	SenS Online Solutions	Middelgroot 1	Digital	9,03
51	Revitalize	Klein	Branding	9,03
51	Bluewave Recruitment Marketing	Middelgroot 2	Recruitment Marketing	9,03
51	Cut the Code	Klein	Digital	9,03
51	De Indruk	Middelgroot 2	Full Service	9,03
52	ACT.agency	Middelgroot 1	Content Creation	9,02
53	Onwise	Middelgroot 1	Digital	9,01
54	Growww.Today	Klein	Digital	9,00





**Welke bureaus zijn het meest creatief, welke scoren hoog op effectiviteit en wie zijn de beste business accelerators?**

## Scoren op kernkwaliteiten

Welke bureaus zijn het meest creatief, welke zijn het meest effectief en wie zijn de beste business accelerators? Maak kennis met de bureaus die volgens de 30e editie van het bureau klanttevredenheidsonderzoek ieder in hun eigen specialisatie en groottegroep op deze drie 'kernkwaliteiten' de hoogste klanttevredenheid achter hun naam mogen schrijven. Per specialisatie stellen we, afhankelijk van het aantal bureaus in de 3 groottegroepen, een Top 3 of een Top 5 samen, voor zover de gemiddelden een 8 of hoger zijn.

**MEEST CREATIEF****Digital****Groot - Top 5**

1 Dtch Digitals	9,79
2 TRES	9,00
3 NOBEARS	8,44
4 Endeavour	8,43
5 Friday Digital Agency	8,40

**Middelgroot 1 - Top 5**

1 FX Agency	9,67
2 Digital Impact	9,31
3 Cube	9,10
4 NeoSEM	9,00
4 Juist	9,00
4 Digital bureau Elephant	9,00
5 Onwise	8,92

**Middelgroot 2 - Top 5**

1 YourFelllow	9,67
2 Digital Growth Agency	9,60
3 Fervent Digital	9,50
4 Suite Seven	9,40
5 Pixxels	9,38
5 September Digital	9,38

**Klein - Top 5**

1 Mailmeisters	9,75
2 Social Roots	9,60
3 Mediabirds	9,50
4 360DGTL	9,40
4 ad your service	9,40
5 DGTbase	9,38

**Full service****Groot - Top 5**

1 Fightclub	9,33
1 Blue Dragon	9,33
2 Think Yellow	9,13
3 ZUID Agency Group	9,00
4 .monks	8,86
5 Dentsu Creative Amsterdam	8,58

**Middelgroot 1 - Top 5**

1 Finally	9,83
2 0to9 Values-driven Creativity	9,60
3 effectgroep*	9,18
4 Wemessage	9,13
5 AlienTrick	9,00

**Middelgroot 2 - Top 5**

1 ON A DAILY BASIS	10,00
2 Brndz	9,83
3 Brand Creatives	9,80
4 Sinc Agency	9,75
4 Joe Public	9,75
5 Limesquare	9,67

**Klein - Top 5**

1 Closed on Monday	9,71
2 This Agency	9,50
3 Goedzooi	9,33
4 Contra Creative	9,20
5 Food Cabinet	8,67

**Activatie****Middelgroot 1/Middelgroot 2 - Top 5**

1 We Boost Brands	8,71
2 Goalden	8,67
3 KR communicatie	8,43
4 vandenbusken	8,14
5 Young perfect	8,00

**klein**

1 Klik Digital	9,25
2 Activation Heroes	8,67
2 Social Marketing Experts	8,67

**Branding****Middelgroot 1**

1 Toon	9,50
2 Ontwerpwerk	8,89

**Middelgroot 2 - Top 5**

1 Mandelo	9,40
2 Resoluut	9,29
3 Studio Piraat	9,20
4 DartDesign	9,00
4 Das Buro	9,00
5 VILLA5	8,67

**Klein - Top 5**

1 Wunder	10,00
2 Rebellion Monkey	9,83
3 Lava	9,33
4 Revitalize	9,14
5 Mosquito	8,67

**Business to Business****Middelgroot 1/Middelgroot 2 - Top 5**

1 Pixelpillow	9,90
2 Unmuted	9,67



3 BOOM Strategie & Communicatie	9,60
4 RAUWcc	9,14
5 Bex*	8,43

**Klein - Top 3**

1 INOMA	9,36
2 Admix	9,00
3 OMCBase	8,80
3 Lap Marketing	8,80

**Content Creation****Groot – Top 3**

1 Somention	8,75
2 Dorst & Lesser	8,67
3 team5pm	8,00

**Middelgroot 1 - Top 3**

1 Full Frame	9,33
2 Yune	9,10
3 ACT.agency	8,57

**Middelgroot 2 - Top 3**

1 ASEGA Creative Agency	9,00
1 C2B	9,00
1 UNLIKE	9,00
2 Flik Flak TikTok Agency	8,50
3 Monkeys & Bananas	8,00

**Klein - Top 5**

1 Duizenddingen – Creative Agency	9,71
2 QV Creative	9,50
3 De Leo Media	9,00
4 #spon	8,67
5 BrightQontent	8,60

**Design****Groot**

1 Norday	9,00
----------	------

**Middelgroot 2 – top 3**

1 Henry Handsome	9,63
2 Brum Brand & Packaging Design	9,17
3 TODAY	9,13

**Klein**

1 Bolden	9,33
2 SVT	8,33

**Mediabureaus****Groot/ Middelgroot 1**

1 Mediabureau STROOM	8,50
----------------------	------

**Klein**

1 Featly Media	9,00
2 Webleads	8,25

**Public Relations****Groot/Middelgroot 1**

1 Vertigo 6 - Part of Happy Horizon	9,50
2 HPB   Het PR Bureau	8,56

**Middelgroot 2/Klein - Top 3**

1 TALK ABOUT	9,25
2 Good Food PR	8,33
3 Kult & Ace	8,00

**Recruitment Marketing****Middelgroot 2**

1 Bluewave Recruitment Marketing	8,30
----------------------------------	------

**TECH****Groot**

1 PAQT	9,25
2 Move Agency	8,33

**Middelgroot 1 – Top 3**

1 Gravity	9,43
2 Thesio	9,00
3 Level Level	8,22

**Middelgroot 2 – Top 3**

1 Lyfter	9,60
2 Van Ons	9,38
3 HYPHER	9,00

**Klein**

1 Reversed Digital	9,67
2 Lamper Design	9,00

**Videoproduction****Middelgroot 2 - Top 5**

1 GIG creative film production	9,89
2 Cooler Media	9,50
3 Visser Media & Design	9,38
4 Vidox Media	8,75
5 PixelX	8,57

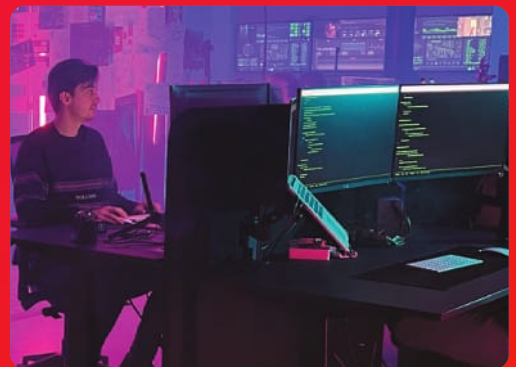
**Klein – Top 5**

1 Filmmacht	9,60
2 Evido	9,50
3 Storymotion - Creative Video Agency	9,40
4 Glow in the Dark	9,17
5 Vlimse	9,00
5 Kaaps Film	9,00



# SAMEN BOUWEN WE AWESOME WEBSH\*T

Noem ons mad scientists, tech geeks  
of WordPress Jedi. We zijn gedreven in  
wat we doen: Bouwen, onderhouden en  
optimaliseren van websites, webshops en  
online gekkigheid.



**MEEST EFFECTIEF****Digital****Groot - Top 5**

1 Dtch.Digitals	9,79
2 TRES	8,71
3 Friday Digital Agency	8,53
4 SIDM	8,50
5 Enrise	8,38

**Middelgroot 1 - Top 5**

1 NeoSEM	9,40
2 Digital Impact	9,38
3 Nerds & Company	9,33
4 Juist	9,14
5 Moddit Digital Agency	9,13

**Middelgroot 2 - Top 5**

1 September Digital	9,75
2 Digital Growth Agency	9,60
3 Your Majesty	9,50
4 Suite Seven	9,40
4 Wux	9,40
4 Online Marketing Bureau Stramark	9,40
5 Pixxels	9,38

**Klein - Top 5**

1 mailmeisters	10,00
2 Ad your service	9,90
3 360DGTL	9,80
4 MondoMarketing	9,67
5 Social Roots	9,60
5 Codigital	9,60

**Full service****Groot - Top 5**

1 Think Yellow	9,38
2 Fightclub	9,00
3 Blue Dragon	8,67
4 Happy Horizon	8,53
5 MEO	8,50

**Middelgroot 1 - Top 5**

1 Finally an Agency	9,83
2 Oto9 Values-driven Creativity	9,70
3 Wemessage	9,25
4 effectgroep*	9,18
5 Kemari®	9,00

**Middelgroot 2 - Top 5**

1 Joe Public	9,75
2 Brndz	9,67
3 Brand Creatives	9,60
4 Sinc Agency	9,50
5 ON A DAILY BASIS	9,33
5 Limesquare	9,33

**Klein - Top 5**

1 Goedzooi	9,00
2 This Agency	8,83
3 Contra Creative	8,80
4 Closed on Monday	8,71
5 PageBoss Marketing	8,67

**Activatie****Middelgroot 1/Middelgroot 2 - Top 5**

1 Goalden	9,00
2 KR communicatie	8,71
3 Young Perfect	8,57
4 We Boost Brands	8,43
5 vandenbusken	8,14

**Klein - Top 3**

1 Klik Digital	9,50
2 Activation Heroes	9,22
3 Social Marketing Experts	9,00

**Branding****Middelgroot 1**

1 Toon	9,38
2 Ontwerpwerk	8,33

**Middelgroot 2 - Top 5**

1 Resoluut	9,14
2 DartDesign	9,00
3 Mandelo	8,80
3 Nilsson Agency	8,80
4 Studio Piraat	8,70
5 VILLA5	8,50

**Klein - Top 5**

1 Wunder	10,00
2 Revitalize	9,14
3 Rebellion Monkey	9,00
4 Mosquito	8,33
5 Lava	8,00

**Business to Business****Middelgroot 1/Middelgroot 2 - Top 5**

1 Pixelpillow	9,70
2 BOOM Strategie en Communicatie	9,40
3 Unmuted	9,00
4 Bex*	8,71
5 RAUWcc	8,57

**Klein - Top 5**

1 INOMA	9,36
2 OMCBase	9,00
3 RAFT	8,67
4 Lap Marketing	8,60
5 Admix	8,38

**Content Creation****Groot – Top 3**

1 Somention	8,75
2 Dorst & Lesser	8,67
2 Creative Media Network	8,67
3 team5pm	8,20

**Middelgroot 1 – Top 3**

1 Full Frame	9,17
2 Yune	8,90
3 ACT.agency	8,86

**Middelgroot 2 - Top 3**

1 ASEGA Creative Agency	9,15
2 C2B	9,00
3 Flik Flak TikTok Agency	8,75

**Klein – Top 5**

1 Duizenddingen – Creative Agency	9,71
2 De Leo Media	9,40
3 #spon	9,11
4 BrightQontent	8,80
5 QV Creative	8,75
5 Fortelle	8,75
5 Marble Content Marketing	8,75

**Design****Groot**

1 Norday (v/h IN10)	8,10
---------------------	------

**Middelgroot 2 – Top 3**

1 Henry Handsome	9,00
2 TODAY	8,75
3 Brum Brand & Packaging Designers	8,67

**Klein**

1 Bolden	9,00
----------	------

**Mediabureaus****Groot**

1 Mediabureau STROOM	9,00
2 Pink Marketing	8,57

**Middelgroot 2/Klein**

1 Featly Media	9,50
2 Webleads	8,75

**Public Relations****Groot/Middelgroot 1 – Top 3**

1 Vertigo 6 - Part of Happy Horizon	9,17
2 HPB/Het PR Bureau	8,56
3 Team Lewis	8,10

**Klein – Top 3**

1 TALK ABOUT	9,50
2 Good Food PR	8,67
3 Kult & Ace	8,00

**Recruitment Marketing**

1 Bluewave Recruitment Marketing	9,10
----------------------------------	------

**Tech****Groot**

1 PAQT	8,70
2 Move (becoming Framna)	8,00

**Middelgroot 1 – Top 3**

1 Gravity	9,00
2 Thesio	8,67
3 Level Level	8,33

**Middelgroot 2 – Top 3**

1 Lyfter	9,50
2 Van Ons	9,25
3 HYPER	8,75

**Klein – Top 3**

1 Reversed Digital	9,33
2 Lamper Design	9,25
3 ShowHeroes	8,50

**Videoproduction****Middelgroot 2 – Top 5**

1 GIG Creative Film Production	9,78
2 Visser Media & Design	9,23
3 Cooler Media	9,00
3 Vidox Media	9,00
4 PixelX	8,57
5 Bigfish	8,38

**Klein – Top 5**

1 Storymotion – Ceative Video Agency	9,60
2 Filmmacht	9,40
3 Glow in the Dark	9,33
4 I-MOR - Creative Moving Content	9,13
5 Evido	8,75
5 Popcorn Stories	8,75

**BEST BUSINESS ACCELERATORS****Digital****Groot - Top 5**

1 Dtch.Digitals	9,86
2 TRES	8,71
3 Enrise	8,38
3 SDIM	8,38
4 NOBEARS	8,33
5 Clicks	8,25

**Middelgroot 1 - Top 5**

1 NeoSEM	9,30
2 Digital Impact	9,25
2 Moddit Digital Agency	9,25
3 Cube	9,20
4 Juist	9,00
4 Onwise	9,00
4 LeadLogic	9,00
5 Adresults	8,80

**Middelgroot 2 - Top 5**

1 Digital Growth Agency	9,60
2 Suite Seven	9,40
3 Pixxels	9,38
3 September Digital	9,38
4 Wux	9,20
4 Online Marketing Bureau Stramark	9,20
5 Dunion Online Marketing	9,11

**Klein -Top 5**

1 360DGTL	10,00
1 MondoMarketing	10,00
2 mailmeisters	9,75
2 Internet Impact	9,75
3 Social Roots	9,40
4 DGTLbase	9,38
5 ad your service	9,30

**Full Service Bureaus****Groot - Top 5**

1 Think Yellow	9,00
2 Fightclub	8,83

3 Brandfirm	8,50
4 Happy Horizon	8,47
5 Blue Dragon	8,00
5 .monks	8,00

**Middelgroot 1 - Top 5**

1 Wemessage	9,63
2 Finally an Agency	9,50
3 Kemari®	9,40
4 Oto9 Values-driven Creativity	9,10
5 Komma	8,75

**Middelgroot 2 - Top 5**

1 Brand Creatives	9,80
2 Brandz	9,67
3 Sinc Agency	9,50
3 Limesquare	9,50
4 ON A DAILY BASIS	9,33
5 Joe Public	9,25

**Klein – Top 5**

1 Closed on Monday	9,00
2 This Agency	8,83
3 Contra Creative	8,80
4 Goedzooi	8,67
5 Food Cabinet	8,00

**Activatie****Middelgroot 1/Middelgroot 2 - Top 5**

1 We Boost Brands	9,00
2 Goalden	8,33
3 vandenbusken	8,29
4 Young Perfect	8,14
5 KR communicatie	8,00

**Klein - Top 3**

1 Klik Digital	9,25
2 Activation Heroes	8,89
3 Social Marketing Experts	8,33

**Branding****Middelgroot 1**

1 Toon	9,50
--------	------

**Middelgroot 2 - Top 5**

1 Nilsson Agency	8,80
2 VILLAS	8,67
3 Resoluut	8,43
4 Studio Piraat	8,40
5 DartDesign	8,33

**Klein - Top 3**

1 Wunder	9,57
----------	------



# DUNION

online marketing

Eerlijk en hardwerkend aan uw succes.



FD Gazelle  
2023

FD Gazelle  
2024



[WWW.DUNION.NL](http://WWW.DUNION.NL)

2 Revitalize	9,14
3 Rebellion Monkey	8,67
3 Mosquito	8,67

### Business to Business

#### Middelgroot 1/Middelgroot 2 - Top 5

1 BOOM Strategie & Communicatie	9,80
2 Pixelpillow	8,80
3 Bex*	8,57
4 RAUWcc	8,43
5 Unmuted	8,33

#### Klein - Top 3

1 INOMA	9,45
2 RAFT	8,89
3 Lap Marketing	8,60

### Content Creation

#### Groot

1 Somention	8,50
2 Dorst & lesser	8,33

#### Middelgroot 1 - Top 3

1 ACT.agency	9,00
2 Full Frame	8,50
3 Yune	8,30
3 LEQUAL	8,30

#### Middelgroot 2 - Top 3

1 C2B	9,00
2 ASEGA Creative Agency	8,85
3 Flik Flak TikTok Agency	8,25

#### Klein - Top 3

1 Duizenddingen - Creative Agency	9,29
2 #spon	9,11
3 De Leo Media	9,00
3 BrightQontent	9,00

### Design

#### Groot

1 Norday (v/h IN10)	8,10
---------------------	------

#### Middelgroot 2 - Top 3

1 Henry Handsome	8,88
2 Brum Brand & Packaging Designers	8,33
3 TODAY	8,25

#### Klein

1 Bolden	9,00
----------	------

### Mediabureaus

#### Groot /Middelgroot 1

1 Mediabureau STROOM	8,80
----------------------	------

2 Pink Marketing	8,14
------------------	------

#### Middelgroot 2/Klein

1 Featly Media	9,25
2 Webleads	8,50

### Public Relations

#### Groot/Middelgroot 1

1 Vertigo 6 - Part of Happy Horizon	9,33
2 HPB   Het PR Bureau	8,78

#### Middelgroot 2 /Klein

1 TALK ABOUT	9,00
2 Good Food PR	8,00

### Recruitment Marketing

#### Middelgroot 2

1 Bluewave Recruitment Marketing	9,00
----------------------------------	------

### Tech

#### Groot

1 PAQT	8,90
2 Move (becoming Framna)	8,38

#### Middelgroot 1

1 Thesio	9,33
2 Gravity	8,71

#### Middelgroot 2 - Top 3

1 Lyfter	9,20
2 Van Ons	9,13
3 HYPER	8,38

#### Klein

1 Reversed Digital	9,67
2 Lamper Design	9,13

### Videoproduction

#### Middelgroot 2 - Top 5

1 GIG creative film production	9,78
2 Cooler Media	9,17
3 Visser Media & Design	9,00
4 Vidox Media	8,75
5 PixelX	8,57

#### Klein - Top 5

1 Glow in the Dark	9,50
2 Filmmacht	9,20
2 Storymotion - Creative Video Agency	9,20
3 Popcorn Stories	9,00
4 Evido	8,50
4 I-MOR - Create Moving Content	8,50
5 Vlimse	8,29

## Sneak peek and recap agency customer satisfaction survey 2024

### *Snackable bits & pieces of this year's survey*

Creativity, Effectiveness and Functioning as a business accelerator are the three core qualities on which clients judge their agencies. Of course, other things like price, administrative handling, proactivity and accuracy should also be in order, but if, as an agency, you do not live up to the first three qualities, chances are that the end of the cooperation is in sight. The agency customer satisfaction survey 2024 highlights the cooperation between the client and the agency in clear (school) grades.

In this issue, we take a sneak peek at the qualities of the Dutch agency world in the FONK150 Best Agencies 2024. The integral results of the agency customer satisfaction survey across 13 touchpoints, will appear in the annual Red Alert 2024 issue in December. And of course, we also take a first look at the agencies with the very highest customer satisfaction (average of 9 or higher across 13 measured disciplines) in this year's survey.

*See the TOP 50 of all agencies with an average of 9+ on page 36.*

#### **result 8+**

The fieldwork for the 30e edition of the Agency Client Satisfaction Survey was conducted by Multiscope for the 11th year in a row. In 2024, 3397 clients were approached to give their opinion on cooperation with their agency. The processed, usable response was 1801. This met the target of generating an overall response rate of 50%. In the FONK150 Best Agencies of the Year, we only publish agencies with an average customer satisfaction rating of 8.00 or higher.

*For the full list of game rules for the FONK150, go to page 23.*

#### **Want to know all the ins and outs?**

##### **Order our annual Red Alert 2024**

You will find the publication of the integral results of the survey (all agencies that scored an average of 7 or higher) in December in the yearbook Red Alert 2024. Marketers and agencies who want to know all the ins and outs can order it via fonk magazine's webshop. Advertisers who participated in the survey's fieldwork will receive the 200-plus-page yearbook for free as a digital edition including numerous links, videos and agency presentations in their mailbox.

#### **Recap 2024**

For those in a hurry and for anyone who doesn't want to run their fingers down all the lists and columns of Red Alert 2024 in December, we list some of the most eye-catching achievements and notable developments, newcomers, stayers and top scorers of 2024 in the FONK150 Best

Agencies of the Year. To start, some relevant bite-sized chunks about the agency world of 2024 in numbers:

#### **highest average result**

> The highest average result in this year's survey is 9.88. This result belongs to GIG creative film production  
Read the turbotalk with this agency from page 94

> The highest average result this year is 0.04 points lower than in 2023.

> Clients had the highest overall rating this year for the agencies' commitment & service. They rated this component with an overall average of 9.12.

#### **digital agencies game-changers in the agency world**

> The number of digital agencies (94) participating in this year's agency customer satisfaction survey is again by far the largest group, doubling and outstripping full-service agencies (50) for the second year in a row. It seems that digital agencies will continue to be the game-changers in the agency world in 2024. The largest group of digital agencies profiles itself in the medium-sized 2 group (24-11 employees).

> The agency category Video Production, which was added to the survey for the first time in 2022, is on the rise. 15 Agencies achieved an average result of 7 or higher. The agency with the highest client satisfaction this year (GIG creative film production) is also in this category.

#### **More large agencies with higher customer satisfaction scores**

> Again this year, the number of large agencies (50 employees or more) with a score of 7 or higher is growing. This year, we can present the results of 32 large agencies with an average customer satisfaction score between 7.58 and 9.84. In 2023, there were still 25 agencies (in 2022:19) and, moreover, the average customer satisfaction was



lower in this group. That both the number of agencies and their satisfaction scores are now on the rise is a good sign, as this has traditionally been the group with 'most critical clients'.

### Hype or trend?

> In the past, large agencies scored lower in the survey than medium-sized and small(er) agencies. But now there seems to be a definite turnaround. This year, the highest score among large agencies (9.84, **Dtch.digitals**) is higher than the highest score in the medium-sized 1 group (9.75, **BOOM strategie & communicatie**) for the second year in a row. Hype or lasting trend? We will see in 2025.

### medium-sized agencies heart of creative industries

> Also in 2024, medium-sized agencies are a recognisable mirror of the agency world; it is the largest group in the survey. Medium-sized 1 (49-25 employees) and 2 (24-11 employees) combined comprise 176 agencies. We mention here **BOOM** (9.75), **Finally an Agency** (9.68), **Vertigo 6 - Part of Happy Horizon** (9.50), **Toon** (9.49), **Oto9 Values-driven Creativity** (9.45) among others in the Medium 1 group. In the Medium 2 group, **GiG creative film production** (9.88), **Brand Creatives** (9.74), **Pixxelpillow** (9.62), **Brndz** (9.59) and **Digital Growth Agency** (9.54) are among the others in the Medium 2 group.

### So beautiful small can be

In the Small agencies group (up to 10 employees), 54 agencies achieved an average of 7 or more. The highest average result in this group is 9.77, while the lowest (publishable) score is 7.28. The Top 5 in this group is made up of: **mailmeisters** (9.77), **360DGTL** (9.75), **Social Roots** (9.68; **this agency** achieved the highest score in 2023 and finishes in the top spot again this year), **ad your service** (9.66) and **Wunder** (9.60).

### Comparing apples and oranges

Although a ranking from high to low of all agencies together is comparing apples and oranges - large to small and twelve specialisations mixed together, it is nevertheless requested every year. So, this year, again by popular demand, we present the agencies with an average higher than 9+. On the following pages, the FONK150 Best Agencies of the Year list includes all agencies with an average of 8+ (see from page 51). The integral results (average of 7 or higher) will be included in the annual edition RED alert 2024, to be published in December 2024.

### Survey design and reporting

The annual agency client satisfaction survey (30e edition in 2024) distinguishes between 12 agency types and four size groups. This allows clients to get to know the best-performing agencies within their own competitive field and size group.

### Agency specialisations

*Activation*  
*Branding*  
*Business to Business*  
*Content creation*

*Design*  
*Digital*  
*Full Service*  
*Media*  
*Tech*  
*Recruitment Marketing*  
*Public Relations*  
*Video production*

### size groups

<i>large:</i>	<i>&gt; 50 employees</i>
<i>medium-sized I:</i>	<i>25 - 49 employees</i>
<i>medium-sized II:</i>	<i>11 - 24 employees</i>
<i>small</i>	<i>&lt; 10 employees</i>

The fieldwork of the agency customer satisfaction survey 2024 was carried out by market research firm Multiscope. Multiscope asks agency clients about their satisfaction on 13 topics. Satisfaction is expressed in a verbal scale and then in school grades. The results on the thirteen topics lead to a calculated average per agency.

### These are the 13 topics on which marketers and brand owners rate their agency:

*Speed of work*  
*Relationship management*  
*Price-Performance*  
*Deployment & Service*  
*Administrative handling*  
*Accuracy*  
*Dealing with briefings*  
*Functioning as a sparring partner*  
*Pro-activity*  
*Creativity*  
*Effectiveness*  
*Functioning as a Business Accelerator*

Note: the topics shown in red relate to the core disciplines of the agencies, the remaining topics relate to the key framework conditions therein.

Satisfaction in general is not an absolute value like the calculated average but reflects the client's perceived satisfaction with working with the agency. Ideally, 'calculated average' and 'satisfaction in general' will not be far apart. ■

Application for agency survey and FONK150 2025 open - Would you also like to compete for a place in the FONK150 Best Agencies of the Year in 2025 and benefit for a year from the positive impact and visibility that a position on The List brings? Then send an email to [nicolette@fonkmagazine.nl](mailto:nicolette@fonkmagazine.nl) stating "sign up for agency survey 2025". You will receive all the relevant information to confirm your application for the 2025 edition of the FONK150 Best Agencies of the Year.



# FONK150

**FONK150 Best Agencies spreken zich uit. Hoe blijven zij relevant voor hun opdrachtgevers?**

## Deze bureaus hebben de **meest tevreden opdrachtgevers** van Nederland

De FONK150 Best Agencies is niet zomaar een lijst. In de bureauwereld mag deze lijst gelden als de Lijst der Lijsten, omdat die is samengesteld op basis van klanttevredenheid. In de FONK150 vind je de 150 bureaus met de meest tevreden opdrachtgevers van Nederland. Geen nummer 1 of nummer 150 in deze lijst, maar heel simpel alle 150 het best in wat ze doen en daarom in alfabetische volgorde. Spraken de bureaus zich vorig jaar uit over verandering, dit jaar staan hun statements in het teken van aandacht en relevantie. Want het is niet alleen creativiteit, maar vooral ook aandacht die alle vormen van (commerciële) communicatie beter en relevanter maakt.

De FONK150 Best Agencies is samengesteld op basis van een uitgebalanceerde mix van factoren. Aan de basis staat het bureau klanttevredenheidsonderzoek dat marktonderzoekbureau Multiscope jaarlijks in opdracht van FONK uitvoert. Bureaus moeten bij hun opdrachtgevers een berekend gemiddelde van 8,0 of hoger hebben opgehaald, om voor opname in de FONK150 in aanmerking te komen. In de jaaruitgave

Red Alert worden als vanouds ook alle bureaus met een berekend gemiddelde van 7,0 gepubliceerd. Voor een plek in de FONK 150 zijn bovendien een aantoonbare wil tot vernieuwing, een klantenlijst die ertoe doet, zichtbaar ondernemerschap en een positieve aanwezigheid in de media medebepalend.

Op de volgende pagina's presenteren de bureaus zich die het best aan deze criteria voldoen, met korte statements en filmpjes (bekijk ze allemaal in de digitale editie).

Dit jaar staan de statements in het teken van aandacht en relevantie. Niet alleen creativiteit, maar vooral ook aandacht maakt alle vormen van (commerciële) communicatie beter en relevanter. Kunnen bureaus hun relevantie in een snel veranderend bureaulandschap waarmaken? En zo ja, hoe borgen zij dat voor de toekomst nu er een storm aan nieuwe ontwikkelingengestaag op ons af blijft komen. In de quotes op de volgende pagina's laten de bureaus van de FONK150 Best Agencies zich uit over hun eigen rol en soms ook over die van hun opdrachtgevers.



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,15

"Hashtag Spon optimaliseert influencer marketing voor opdrachtgevers door middel van een driedelige aanpak: brand-first ontzorgen, creatieve strategieën en persoonlijke begeleiding."

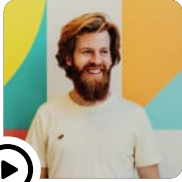
Koen Dulfer (#spon Influencer Marketing)



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,45

"Grow faster, engage more deeply. Een authentieke verbinding aangaan met jouw team, klanten en partners op waardeniveau. En dankzij sprekende creativiteit loskomen van je concurrentie. Dat is onze signatuur. Het

brengt 'faster growth' bij de opdrachtgever en eindeloos veel kansen!"  
Ilse van der Kaaden"



10uur

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,74

"Bij 10uur denken we niet of-of, maar in en-en. In onderbuik én onderbouwd. In strategie én tactiek. Hierdoor realiseren we meetbare campagnes, voortdurende

optimalisaties en daarmee het beste resultaat. We zetten in op samenwerking, actuele kennis, real-time inzicht via dashboards en jouw eigen team. Zo garanderen we maximale relevantie."

Arnoud Slagter



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,75

"We houden ten alle tijden de eindklant van onze opdrachtgevers aan als focus en kijken met welke middelen en boodschap we deze het beste kunnen bereiken."

Branco Lesquillier



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,63

"Wat ons sterk maakt, is dat je ons niet alleen voor de techniek en het design kunt inschakelen. We denken ook graag strategisch met je mee. Uit ervaring weten we dat je alleen succes boekt als je co-creëert, met elkaar. Daarom delen we onze kennis volop met jou en werken we graag samen met jullie andere partners. Korte lijntjes en persoonlijk contact, daar houden we van. Zo groeien we samen verder."

Vanessa Tekelenburg



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,02

"Wij hebben de ervaring van een reclamebureau en de always-on mentaliteit van een contentbureau. Hierdoor zijn wij in staat om, vanuit een merkgedachte, kwalitatiever contentcampagnes uit te denken

en te produceren."  
Danijel Dercksen



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,15

Wij werken middelenvrij! Wij kunnen dus volledig onafhankelijk adviseren en helpen onze opdrachtgevers zowel offline als online. Dat betekent in de dagelijkse praktijk dat we in een week bijvoorbeeld voor Kruidvat een interne

kick-off organiseren voor hun nieuwe app, voor Moët Hennessy Nederland met een op maat gemaakte cocktailtruck langs festivals gaan en voor Starbucks een pop-up store bouwen en exploiteren op Utrecht CS. Geef ons je doelstellingen en wij bedenken niet alleen hoe je ze kunt behalen, we helpen daadwerkelijk mee!"

Mark Stoel



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,66

"Het betrokken team van ad your service fungeert als het meest uitgebreide verlengstuk van jouw marketingafdeling. Daar werken we hard voor, en dat doen we graag. Daarbij mag je van ons altijd een eerlijk antwoord

verwachten. Vooraf over de prognose, en achteraf over de resultaten."  
Nils Kuipers



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,70

"Data vormt de basis voor scherpe analyses en gepersonaliseerde marketing, waardoor je een extra stap voor je klanten kunt zetten. We integreren marketing met CRM-systemen om elk contactmoment duidelijk in kaart te

brengen en een transparante ROI te garanderen."

Carel Schrier



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,41

"Bij Admix combineren we strategische inzichten met creativiteit en growth marketing om B2B merken onderscheidend te positioneren. We doen wat nodig is om doelgroepen te bereiken, boeien en bewegen.

Met branding campagnes, contentcreatie, slimme media inzet en lead management. Alles om aan merkbekendheid én kwalitatieve conversie te werken."

Catelijne Bron



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,32

"Alles draait om tevreden en enthousiaste klanten, want daar worden wij ook enthousiast van! Wij zetten in op organische groei met behoud van kwaliteit, zowel binnen onze diensten als organisatie als geheel. Eerlijk en oprecht, kennis en kwaliteit, innovatief en vooruitstrevend: dit zijn onze kernwaardes."

Robert Slijm

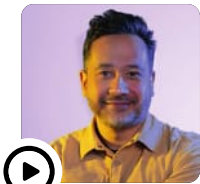


Mendie Wijker



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,87

"Dit doet Afix voornamelijk door zich ook heel erg te focussen op de relatie. Wij hebben geen klanten, maar partners en proberen op die manier de samenwerking nog dichter bij elkaar te krijgen."



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,82

"Stel je voor: waar de grenzen van creativiteit en persoonlijke innovatie worden uitgedaagd, daar vind je ons: AlienTrick - The creative cosmic agency. Met al meer dan 25 jaar ervaring hebben we bewezen jouw partner te zijn en te inspireren met een vleugje magie.

Onze visie is geworteld in onze overtuiging van kennis, techniek (AI), creativiteit en strategie. En onze missie is dan ook kraakhelder: "Mensen inspireren die het beste willen bereiken." Bij AlienTrick geloven we dat er geen grenzen zijn in het universum en dat er altijd nieuwe mogelijkheden zijn om nog te ontdekken."

Raymond van Cleef



Joost Ligtoet



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 7,96

"Bij Apadmi zijn we experts in alles wat met mobiel te maken heeft. Onze aanpak voor het bouwen van succesvolle mobiele producten voor toonaangevende merken bestaat uit het combineren van onze technische, strategische en creatieve expertise. De mobiele experts van Apadmi kunnen uw product definiëren, ontwerpen, ontwikkelen, optimaliseren en ondersteunen om uw bedrijfsgroei te versnellen."

en creatieve expertise. De mobiele experts van Apadmi kunnen uw product definiëren, ontwerpen, ontwikkelen, optimaliseren en ondersteunen om uw bedrijfsgroei te versnellen."



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,64

"Een goed verhaal en een sterk merk maak je samen. Samen krijgen we jouw krachtige verhaal boven tafel en werken dit tot in de puntjes uit. We zetten het mooi neer en krijgen én houden het met alle benodigde

kanalen op het netvlies bij jouw doelgroep. We analyseren wat er gebeurt en sturen zo nodig dagelijks bij. Dat is de dagelijkse kost voor onze adviseurs, bedenkers, mooimakers, vertellers, ontwikkelaars, bouwers en regelaars. Applepie communicatie geeft vorm aan heldere boodschappen die dus ook stevig blijven hangen!"

Harm van der Burgt



Dick van der Meer



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,51

"Artestiq fungeert als groeipartner, die verder gaat dan marketing door op alle bedrijfsfacetten te adviseren of mee te denken. Wij combineren diepgaand businessadvies met strategische creativiteit, AI

en geavanceerde analytics, waardoor we niet alleen inspelen op klantbehoeften maar ook optimale resultaten garanderen".



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,09

"Wij maken impact voor onze klanten. Dat doen we door elk project, of het nu een megaklus is of een kleiner project, de liefde en aandacht te geven die het verdient.

Tegelijkertijd richten onze professionals de creatieve processen efficiënt in, om te zorgen voor een blijvend aantrekkelijke prijs-kwaliteitsverhouding voor onze klanten."

Frank van Bergen



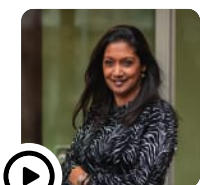
Martijn Beumers



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,38

"Axendo versterkt maatschappelijk gedreven organisaties met slimme digitale oplossingen. Door onze specialisatie in het bouwen van schaalbare, geïntegreerde en toegankelijke platformen, tillen we sociale impact naar een

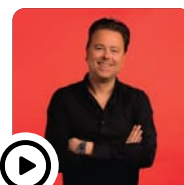
hoger niveau. We maken technologie werkbaar voor iedereen, zodat onze partners met minder inspanning meer maatschappelijk verschil kunnen maken."



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,56

"Aandacht zit niet alleen in middelen, maar vooral ook in supergoed accountmanagement en een intrinsiek gemotiveerd team. Wij zitten dicht op onze klant, voelen als collega en sparringpartner, weten precies wat er in hun wereld speelt, delen (on)gevraagd onze kennis met hen. Denken juist niet in standaard oplossingen. Leveren topkwaliteit."

Jhorna Erkens

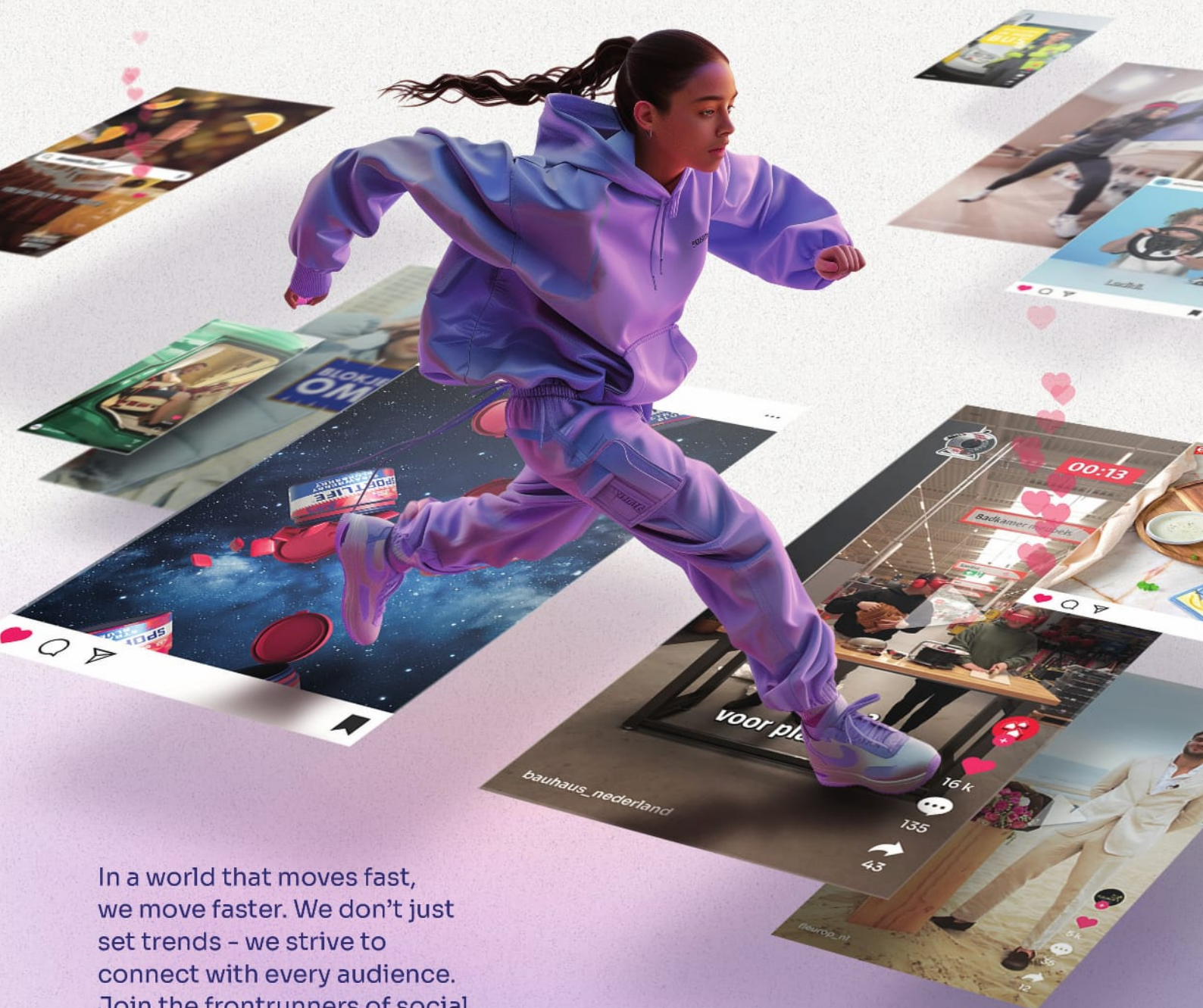


Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,47

"In een landschap vol concurrentie onderscheiden we ons door nauwe samenwerking met opdrachtgevers/klanten, waarbij creatieve en strategische sessies de kern vormen. Onze benadering is data- en

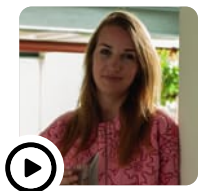
performance gedreven, gericht op langdurige partnerschappen. We excelleren in een breed spectrum aan diensten, waaronder 2D/3D animatie, live-action video's, infographics, mixed media, VR, en AI-gegenereerde content, altijd met een focus op innovatieve contentstrategie en visual consultancy." - Jeroen Westenbroek

# SOCIAL FRONT RUNNERS



In a world that moves fast,  
we move faster. We don't just  
set trends - we strive to  
connect with every audience.  
Join the frontrunners of social  
media, where innovation  
meets momentum.

**somention.**

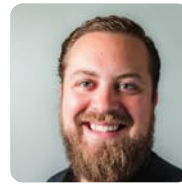
**BLACKLIST**

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,40

"Blacklist onderscheidt zichzelf van andere agencies door de flexibele manier van werken waarbij de relatie met de klant centraal staat. We denken graag mee en omdat wij 360 campagnes volledig in-house kunnen

oppakken kunnen we ondersteuning bieden op elk vlak."

*Femke Westerhof*



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,95

"Bloosem is geen standaard digital performance marketingbureau. Doordacht en goed uitgevoerd, halen we maximaal rendement uit de digital marketing performance. Met ruim 20 jaar expertise en erkenning door marketing experts is Bloosem een ervaren en strategische partner. We geloven in langdurige relaties, zowel met ons team als met onze klanten." - *Daan Huurdeman*



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,05

"Huidige klanten vinden ons nieuwsgierig...en eigenzinnig waar het kan...of eigenwijs waar het moet. En dát karakter, gecombineerd met enthousiasme en resultaatgerichtheid wordt door onze klanten bejubeld en beloond.

Beloond door jarenlange loyaliteit en wederzijds

vertrouwen. En ja, daar gaan wij dan weer hard op. Heel hard."

*Harmen Hop*



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,85

"Wij werken met hyperpersoonlijk contact & korte lijntjes tussen specialist en klant. Met deze unieke werkwijze als webbureau zetten we websites en online marketingcampagnes op die enorm effectief zijn. Dit zorgt voor een zeer hoge klanttevredenheid en duurzame lange relaties."

*Ruud Raaijmakers*

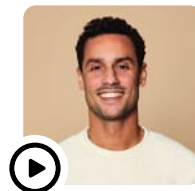


Gemiddelde klanttevredenheid: 9,03

"Een digital recruitment marketingbureau dat haar klanten de meest concurrerende positie op de arbeidsmarkt geeft. Met onze unieke methode helpen wij talloze organisaties met het vertalen van hun recruitmentbehoefte naar

een op maat gemaakte digital recruitment strategie. Een strategie waarmee jouw bedrijf meedoet op de arbeidsmarkt."

*John Olsthoorn*

**BOLDEN**

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,08

"Met onze zéér gewaardeerde workshops komen wij altijd tot de kern van de gegeven uitdaging en leveren we verrassende oplossingen die tot in detail kloppen, flexibel en duurzaam zijn. Zo zorgen we ervoor dat ons werk altijd bijdraagt aan de bottomline van elk initiatief waar we aan werken."

*Alonzo Euphrosina*

**BOOM**

strategie &amp; communicatie

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,75

"BOOM staat voor duurzame vooruitgang voor organisatie, mens en omgeving. We verhelderen opgaven, reduceren complexiteit en brengen richting aan. We verbinden mens en materie en komen samen tot passende

oplossingen. En we versnellen organisaties door hen te helpen met doelgericht stappen zetten."

*Hans van den Boom*



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,74

"Brand Creatives is een bureau uit Groningen en dat nuchtere karakter zien onze klanten terug in al ons werk. Wat hun vraag ook is, Wij beloven dat we het terugbrengen tot de kern. Ons werk is daarom doordacht en gelaagd, maar de uitwerking is altijd simpel, concreet en dus door iedereen te begrijpen."

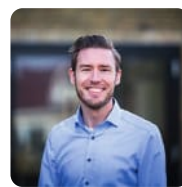
*Benn Bus*

**brandfirm**

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,47

"Wij staan voor 'Kom verder'. Dat staat bij ons voor de groei in omzet, maar bijvoorbeeld ook voor de relatie met onze klanten en de persoonlijke ontwikkeling van onze collega's."

*Bart Everink*



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,98

"Door de combinatie van online marketing en communicatie zijn we in staat om de boodschap van onze opdrachtgevers te vertalen naar pakkende uitingen. Die we zowel online als offline onder de aandacht brengen van de doelgroep. Met meetbaar resultaat. Samen gaan we voor het beste resultaat."

*Robert Hoekstra*

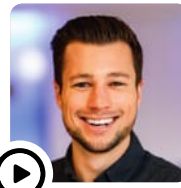


**brandwebbing**

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,58

"Al ons werk start met inzichten. Inzichten in de doelgroep, hun beweegredenen én waar ze zich bevinden. We zoeken uit hoe we hun nieuwsgierigheid kunnen wekken. Daarop baseren we onze content. En daarop baseren we een uitgekende mediastrategie: we zetten die kanalen in die de doelgroep van nature al gebruikt. Zo creëren we gewenste commerciële communicatie. En bereiken we marketingdoelen."

Nannie Gieles



**Bright qontent**  
social media agency

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,12

"Dit doen we doormiddel van down to earth te blijven, geen poespas maar gewoon doelgericht te werk gaan. De bedrijven en medewerkers in hun kracht zetten en op deze manier authentieke content te realiseren. We zijn aanpakkers en realistische werkers, we gaan liever voor efficiënt dan voor weer een onnodige extra meeting. Je moet momentum pakken met online en dat moet te lang op zich laten wachten."

Valentijn Smit



**brndz®**

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,59

"Wij waarborgen onze relevantie door met een gepassioneerd team van specialisten merken te creëren die impact maken. Met onderscheidende creativiteit en innovatieve, beproefde technieken zorgen we ervoor dat onze klanten opvallen en groeien."

Joàn van het Goor



**brum.**  
BRAND & PACKAGING DESIGNERS

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,65

"Samen vormen we dé bondgenoot om jouw merkambities visueel, tastbaar en vooral: waar te maken! Met onze packaging designs creëren we voorkeur en zorgen we voor groei. We maken én houden we de merken van vandaag en morgen relevant en onmisbaar. Zo blijft de consument verliefd op ze!"

Pieter Steenaert



**BURO210**

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,40

"BURO210 is een 50koppig full service (online) marketing bureau uit Stolwijk. Wij zijn jouw nuchtere marketingcollega die jou kunnen voorzien van branding, content, webdevelopment, online marketing, strategie

en advies. Wij verbouwen met de winkel open, bouwen nieuw, of optimaliseren bestaande campagnes en of uitingen en richten ons op effectieve marketing die altijd in beweging is."

Kimberly van den Hoek



**C2B**

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,85

"Tegenwoordig is het steeds moeilijker om op te vallen met content. Een goede strategie, content formats, gedreven professionals, AI, een geolied proces: het zijn slechts enkele broodnodige ingrediënten voor succes. De relevantie valt of staat bij een ding: is het content worth sharing? 'Worth it' voor het publiek, maar ook voor het merk. Wij verzorgen alle facetten om als merk te groeien met content."

Robert van Meer



**CANTONA**

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,21

"We zoeken de sweet spot tussen branding en performance. Van boodschap, consistentie tot kanalen. Alles moet kloppen. Dit leidt tot merkgroei. En van merkgroei komt omzetgroei."

Chris Laarman



**CHUNK**

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,41

"We zitten bovenop de nieuwste ontwikkelingen op het gebied van digital. Met onze AI labels LoveBrands.ai en Sunnyday. amsterdam blijven we relevant voor onze klanten."

Martijn de Beijer



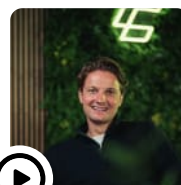
**CLOSED on MONDAY**

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,90

"We zijn dicht op maandag. Dan werken we uitsluitend voor goede doelen en stichtingen. Daarnaast laten we ons sturen door toegepaste gedragswetenschap in alles wat we bedenken en maken. Onze positionering

en specialisatie trekt commerciële bedrijven die maatschappelijker willen zijn en maatschappelijke bedrijven die commerciëler willen worden."

Gookie Sassen



**codigital**

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,05

"Wij zetten vooral in op kennisdeling en het opbouwen van autoriteit middels LinkedIn."

Cas van Grunsven





**compion**

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,32

"Met Compion gaan we voor betrokken partnerschappen met onze opdrachtgevers. We werken niet voor onderlinge concurrenten en bijten ons vast in de communicatiedoelen. Met die focus realiseren we middelen die echt op

langere termijn impact blijven maken. Samen mét de opdrachtgever. Die gedeelde focus zorgt bijna altijd voor sterke resultaten."  
*Geert Kuurstra*



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,89

"Wij combineren frisse blikken van juniors met de ervaring en het oog voor detail seniors. Door een sterke focus op innovatie en een tegendraadse benadering kijken wij veel verder dan design. Wij zorgen dat een merk een

eigen stem krijgt waar je niet omheen kunt. Meestal met een grote mond; net als wij."

*Thomas van der Heiden (Contra Creative)*



**CONVERSEON**  
Digital agency

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,66

"Wij helpen onze opdrachtgevers niet alleen aan leads, maar aan resultaten die echt impact maken op de business. Dit doen wij aan de hand van onze drie pijlers: Demand Generation & Online Leadgeneratie, Marketing Technologie en Strategisch Kennispartner. Als

verlengde van het marketing team sturen wij elke dag op resultaat met waardevolle data. Daarnaast zorgt onze manier van samenwerken ervoor dat onze kennis wordt overgedragen aan de klant."

*Kevin Juffermans*



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,12

"Met begrip brengen we mensen dichter bij elkaar en versnellen we vooruitgang. We verduidelijken complexe boodschappen naar informatie die voor iedereen begrijpelijk en toegankelijk is. Cooler content wordt

begrepen én onthouden door je doelgroep. Van uitlegvideo's tot volledige campagnes: wij brengen mensen in beweging, waardoor jij je doelen bereikt."

*Sven Cooler*



**COWS & STARS**  
Creative agency

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,32

"Met een uniek verhaal, sterke beelden en een krachtig design ontwikkelen we impactvolle campagnes en bouwen we aan sterke merken. De klantvraag omzetten in -meetbaar en bewezen-succes, dat is wat we elke dag doen."

*Patrick Dobbelaar*



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,11

"Wij creëren relevantie voor onze opdrachtgevers door technologische innovatie, creativiteit, en efficiënte contentcreatie te combineren in omnichannel marketingstrategieën. Dit zorgt voor snelle,

kwalitatieve en kostenefficiënte oplossingen die nauw aansluiten bij de specifieke behoeften van elke klant."

*Doeke de Steur*



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,56

"De retailwereld van morgen vraagt om continue aanpassing. Steeds weer de verbinding maken tussen de wensen van de klant, de veranderende markt en de unieke kracht van het merk. In die retailyndynamiek inspireert en daagt

Crossmarks haar klanten uit om meer scherpte aan te brengen om voorkeur én toekomstbestendigheid te creëren. Altijd fact based, dat voorkomt interne discussie en vergroot de kans op succes."

*Albert Top*



**cube**

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,05

"Naast social media en nieuwsbrieven zijn we actief zichtbaar in de regio Twente. Hier zetten we in op sociale en commerciële activiteiten waarbij we Cube als kennispartner presenteren. Vanuit deze regionale betrokkenheid bouwen

wij aan een sterk merk. Zo zijn we bij FC Twente actief als één van de top sponsors waar we ook commerciële marketing campagnes uitzetten onder de zakelijke doelgroep."

*Job Keupink*



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,03

"Onze aanpak helpt je minder afhankelijk te zijn van externe bureaus door je de tools en kennis te geven die je nodig hebt om zelf de touwtjes in handen te houden. Zo kun je zelf een flinke impact maken op je doelgroep. We leren je teams hoe ze zelf strategieën en processen kunnen beheren en schaalbare systemen opzetten met no-code tools. Zo maken we samen een blijvend verschil."

*Erwin Luijendijk (Cut the Code)*



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,95

"Dart is Full Service, Full Strategy, Full Creation. We verbinden inhoudelijke kennis op gebied van merken, markten en duurzaamheid, financiële en niet-financiële KPI's met relevante communicatiedisciplines als advies,

schrijven en design. Met oog voor strategie en narratief ontwikkelen we merken en beeldverhalen die we activeren met creatieve campagnes, inclusief inzet van middelen als video, podcasting, magazines en social."

*Sebastiaan van Rijnsoever (DartDesign)*



**DAS BURO**  
Branding agency

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,54

"Das Buro werkt vanuit merkonderzoek toe naar een heldere merkstrategie. Door het opstellen van meetbare korte- en lange termijn doelstellingen wordt een tactisch plan opgesteld en vervolgens creatief uitgewerkt.

Hierdoor ontstaat een brandplan dat gedurende het jaar focus biedt aan de volledige organisatie."

*Dennis van der Meule*



**de indruk**

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,03

"Bij De Indruk combineren we creativiteit, strategisch inzicht en persoonlijke aandacht om merken te laten groeien. Met data-analyse, innovatieve technologieën en de expertise van onze collega's creëren we impactvolle communicatie die aansluit bij de behoeften

van iedere gewenste doelgroep. Voor een effectieve en duurzame indruk, op korte én lange termijn."

*Patricia Hamilton*



**DC**  
DENTSU CREATIVE

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,08

"Aandacht voor klanten en het individu is de basis. Voor Dentsu Creative zijn energie, ondernemerschap en aandacht voor craft

misschien wel belangrijker. Daarmee creëer je een cultuur binnen het bureau en samen met klanten waarin iedereen zich eigenaar voelt van het probleem en de oplossing. En met de aandacht voor craft ziet het resultaat er dan ook gewoon heel lekker uit en voel je de liefde die er in is gestopt!"

*Management Dentsu Creative Amsterdam*



**elephant**

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,85

"Van strategie en design tot technische aspecten, denken we met je mee én dagen je uit om het beste uit jouw digitale aanwezigheid te halen. We doorgronden de eindgebruikers van jouw website, hebben

jouw bedrijfsvisie in beeld en maken vanuit strategie en design de digitale vertaalslag naar jouw nieuwe website."

*Jeroen Romeijnders*



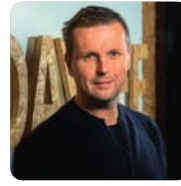
**Digital Impact**

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,33

"Digital Impact verbetert digitale interacties tussen bedrijven en gebruikers door producten en campagnes te ontwikkelen die zijn gebaseerd op de customer journey en gebruikersgedrag. Met ons creatieve,

strategische en technisch onafhankelijke team bieden we optimale oplossingen en blijven we nauw betrokken bij onze klanten voor continu advies."

*Thomas Groeneveld*



**DAYLEE**

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,78

"We blijven relevant voor onze klanten door ons te blijven focussen op onze specialisatie: online personalisatie. We doen het er 'niet even bij' zoals veel concurrenten doen, maar zijn hier dagelijks mee bezig. Hierdoor weten

we beter wat wel werkt en wat niet werkt. Onze klanten profiteren van deze kennis."

*Reinold Willemsma*



**DE LEO MEDIA**

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,29

"Wij maken als full-service marketingbureau het verschil door service en kwaliteit te waarborgen. We begrijpen onze klanten en overtreffen hun verwachtingen in marketing en klantrelaties. Dit resulteert in trotse,

duurzame samenwerkingen die ons onderscheiden van de concurrentie."

*Serena De Leo*



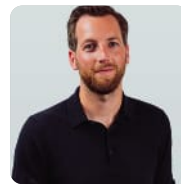
**DGTL**  
BASE

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,43

"We zijn geen consultants die naast de zijlijn staan. We geloven in de kracht van samenwerking. Wij maken de online marketing black box eenvoudig te begrijpen en te volgen voor ambitieuze groeibedrijve. Cognitieve

diversiteit is een van onze kernwaarden, we zetten overal vraagtekens bij."

*Desmond Boateng*



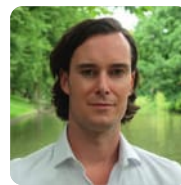
**DIGITAL**  
GROWTH  
AGENCY

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,54

"Voor optimale resultaten mixen we techniek, data en creativiteit. Onze data-specialisten bieden inzichten en optimaliseren campagnes, creatives en designers vertellen jouw verhaal, en techneuten zorgen voor functionele

websites en geautomatiseerde marketing. Wij vullen jouw team aan voor de beste samenstelling."

*Eelco van den Hoek*



**Digital**  
Inside

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,49

"We testen ons helemaal suf om te kijken wat het effect van verschillende communicatie vormen (tekst en beeld). Learnings en inzichten verwerken we op een slimme manier om zo steeds relevanter te worden."

*Guido Tijmens*

**DORST & LESSER**

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,63

"Wij excelleren in snel en efficiënt content produceren, dankzij een jong team dat social media door en door kent. Met 13 jaar ervaring bieden we daarnaast de expertise om zowel lokale als internationale A-merken effectief te

ondersteunen op social."

*Robert Withagen*

**DoubleSmart**  
Het bureau voor online marketing

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,77

"Net als de stroopwafel (met dezelfde roots uit Gouda): hard van buiten, maar zacht van binnen. Ons recept voor succes combineert vakmanschap, innovatie en betrouwbaarheid om bedrijven te laten groeien. Met een

nuchtere en realistische aanpak delen wij onze kennis en zetten we in op persoonlijke betrokkenheid voor sterke klantrelaties."

*Jessica Jansen*

**DRAFT DIGITAL**

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,08

"Wij zijn en verzamelen vakidioten om ons heen om zowel op korte als langere termijn resultaat en doelstellingen te behalen. Dit doen we door slimme mensen te combineren met de juiste technologie en platformen. Algoritmes en AI maken het verschil niet, dat

zijn de mensen die dit goed kunnen gebruiken!"

*Erik Hornung*

**DR//VN**

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,92

"Wat ons onderscheidt ten opzichte van anderen, is onze cultuur. Wij zijn een full service digital bureau met een topsportmentaliteit. Wij geven nooit op voor onze klanten, doen altijd dat extra stapje voor hen en gaan voor niets minder dan het beste resultaat. Altijd hongerig naar verbetering. Onze high-performance cultuur vertaalt zich door naar high-performance campagnes. Uiteindelijk bepaalt de kwaliteit van het team het succes en cultuur kan niet gekopieerd worden."

*Sem Zijlstra*

**Dtch. Digitals**

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,84

"Met 80 collega's begeleiden we onze klanten bij het behalen van hun doelstellingen. We adviseren, begeleiden of ontzorgen volledig. Daarbij werken we met realistische en pragmatische doelstellingen, gericht op

omzet- en naamsbekendheid groei. Onze informele aanpak creëert een prettige werksfeer, waarbij we samen met de klant streven naar maximaal succes."

*Luuk Rouwhorst*

**DD DUIZENDINGEN**

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,41

"Bij Duizendingen versterken we creativiteit door te werken met een duidelijke contentstrategie. Wij gebruiken en spelen in op actuele trends om authentieke, boeiende content te creëren die resoneren met de

doelgroep van de opdrachtgever, waardoor we ons onderscheiden in een verzadigde markt."

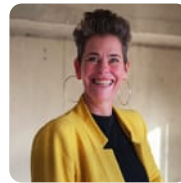
*Dabbe van den Brand*

**DUNION**  
ONLINE MARKETING

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,17

"Dunion Online Marketing bestaat uit een team van jonge, gedreven professionals die zich tegenover de klant wil bewijzen. De frisse en creatieve kijk van ons team zorgt ervoor dat wij al jarenlang de doelen van onze klanten

weten te behalen. Dunion Online Marketing is een Full Service marketing bureau waar u terecht kunt voor al uw online marketing vraagstukken. Boven alles staat Dunion voor eerlijk zakendoen. Wij doen wat we zeggen en werken hard aan uw succes. Vertrouwen staat bij ons altijd centraal!" - Randy Duin

**effectgroep\***

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,03

"Als blended agency richten wij ons op het creëren van communicatie die niet alleen de aandacht trekt, maar ook blijvende impact heeft. Door onze strategieën en concepten af te stemmen op specifieke doelen en

doelgroepen, zorgen we dat elk middel - van digitale interacties tot fysieke activiteiten - écht impact maakt op de ontvanger."

*Marlous van de Wiel*

**ENDEAVOUR**  
inspire today, outpace tomorrow

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,12

"Elke klant heeft unieke ambities en doelen die vragen om gerealiseerd te worden. Met onze drang naar avontuur, gecombineerd met zelfvertrouwen, lef, kennis en een scherpe ondernemersgeest, helpen wij merken hun digitale doelen te bereiken. Wij blinken uit in kwaliteit, maar ook in de persoonlijke manier waarop we samenwerken."

*Matthijs van Schendelen*

**ENRISE**

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,54

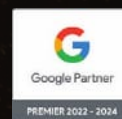
"Onze focus ligt altijd op het realiseren van een business case. Wij begrijpen dat echte impact ontstaat door betrokkenheid en verantwoordelijkheid. Daarom begint alles met een stevige commitment aan de digitale

ambities van onze klanten. Dat noemen we: Impact Driven Development."

*Hermen Heinen*



# Jouw **#1** partner voor aantoonbare online groei





Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,17

"Bij Equote verrichten we linkbuilding voor agencies met de snelst groeiende database van Nederland. Hierdoor kunnen we altijd in de behoeften van iedere klant blijven voorzien."  
*Jaron Veldhuis*



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,46

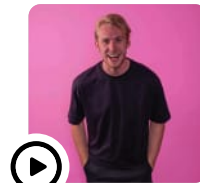


"We springen eruit met onze unieke realisatiemethode voor marketingstrategieën, waarmee we de essentie van merken online écht laten schitteren. Want precies het juiste verhaal zorgt voor maximale impact. Zo zijn we niet alleen super relevant voor onze klanten, maar zorgen we vooral dat zij dit zijn voor die van hen."  
*Pier van der Kraan*



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,74

"De ontwikkelingen in de online wereld volgen elkaar in snel tempo op. Alleen door échte communicatie met klanten en ons eigen team, weten we wat er speelt en zorgen we dat we dag in dag uit meerwaarde blijven leveren."  
*Arianne van Noort*



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,46



"Bij Evido drijven we op innovatie door continu de nieuwste trends en technieken te omarmen. Ons dynamische, jonge team past creatieve storytelling toe om krachtige en relevante merkverhalen te creëren. We staan bekend om onze vooruitstrevende benadering die ervoor zorgt dat onze opdrachtgevers altijd een stap voor blijven."  
*Robin Swaenen*



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,25

"Featly Media is er voor adverteerders die een kwalitatief, onafhankelijk en écht eerlijk media-advies zoeken vanuit ervaren professionals. Altijd gebaseerd op data en onderzoek en gekoppeld aan effect. Met veel

aandacht voor onze adverteerders zodat we samen als partners voor maximaal resultaat zorgen. Altijd met open boeken voor 100% transparantie."

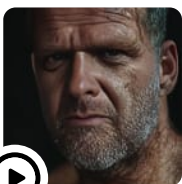
*Patrick Horstman*



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,35



"Wij zijn digital partner van onze klanten. We zorgen voor online zichtbaarheid en ontwikkelen complete digitale landschappen. We creëren merken die écht opvallen, verschil maken, top-of-mind zijn, zodat klanten en collega's niet meer om hen heen kunnen. En de bedrijven die wij helpen, uitgroeien tot een liefhebbersmerk."  
*Nick Ebbers*



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,12

"Bij Fightclub draait alles om de concurrentie slim af te zijn. Onze M100 AI-activatie is daar een perfect voorbeeld van: met slechts enkele avondjes werk en €60 aan pizza's hebben we bijna 200.000,- euro aan mediawaarde

gegenereerd."  
*Cees Faes*



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,52



"Bij elke productie maken we gebruik van onze 5 superpowers. Echtheid "Echte verhalen die mensen doorvertellen". Eerlijkheid "De enige weg om een goede relatie op te bouwen". Emotie "Echte emotie gaat dwars door alles heen". Energie "Zonder energie geen beweging". Plezier "Werk doen dat voor jou de moeite waard is".  
*Jesper van Langen*



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,68

"Onze zoektocht naar verbazing en verwondering slaagt alleen als de klant je creatieve partner in crime is. Daarom zijn onze strategische workshops en kitchen reviews

(kijkje in de keuken) heilig; face to face bespreken we alle mogelijkheden en maken zo korte metten met drempel-denkerij. Geen ja-maar; liever wat-als."

*Jim Abbring*



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,50



"Wij maken TikTok marketing toegankelijk voor opdrachtgevers. Super flexibel, direct schakelen met een specialist via bijv Whatsapp, we geven vaak binnen 2 uur een reactie. Wij gidsen opdrachtgevers door de jungle van TikTok (marketing) en zitten bovenop trends. Onze performance achtergrond is daarnaast uniek. Vaak zijn creatieve bureaus goed in het bedenken van opvallende campagnes, maar resulteren die niet altijd in performance."  
*Paulo Bruns*



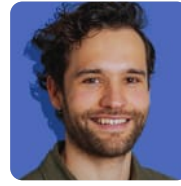
**flink**

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,78

"Flink is een Drupal powered en full-service digital agency. Met een passie voor online strategie en scrum als onze agile kracht, ontwikkelen we toekomstbestendige Drupal websites voor én met onze opdrachtgevers.

Dat doen we al sinds 1998 met een gedreven team van enthousiaste Flinkers en een gezonde dosis Haagse humor."

*Jorry van Someren*



**flowboost.**

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,90

"We versnellen MKB-groei met performance marketing. Voor interne marketeers bieden we tools en coaching. Freelancers en bureaus ondersteunen we bij klantbehoud. Geen eindeloze partnerschappen; echte

groei is ons doel."  
*Thomas van Miert*



**FOODCABINET**  
creative advisors for good food

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,18

"Als specialistisch bureau op het gebied van good food weten wij de (vaak inhoudelijke) vraagstukken van onze opdrachtgevers te vertalen naar pakkende en activerende campagnes waarmee we de doelgroep in beweging krijgen. Onze campagnes variëren

van klein tot groot en ons food netwerk komt ons hierbij goed van pas."

*Kevin Corcoran*



**fortelle**

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,46

"Fortelle richt zich op de inhoud en relevantie van de boodschap die een organisatie wil uitdragen en de (content)strategie die daarbij hoort. Ze gaat daarbij voor kwaliteit en helderheid, stelt altijd de vraag achter de vraag en vult strategieën in met middelen zoals

customer media, animaties, video's, websites en podcasts."  
*John Brands*



**friday** digital agency

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,52

"Work Today. Lead Tomorrow. Onze drive is om groei en voorsprong voor onze klanten te realiseren in de digitale wereld. Samen gaan we vanuit partnership aan kop door data-

inzichten en creativiteit te verweven in technologie, marketing en customer experience. Niet alleen voor vandaag, maar vooral voor morgen. Dat is Friday!"

*Mart Hamhuis*



**FULL FRAME**  
CREATING CUSTOMER PARTNERS

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,88

"We organiseren regelmatig Full Frame sessies en workshops voor onze klanten, waarbij we inspiratie, kennis en nieuwe proposities delen. Met ons flexibel groot in-house team met een Brabantse mentaliteit zijn we in staat om

hoogwaardige producties te realiseren, van TVC's tot aan social media campagnes."  
*Pepijn Robben*



**fx agency**

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,69

"Wij zijn FX Agency, The Digital Experience Agency. Onze kracht is het vertalen van verhalen in spraakmakende ervaringen. Ervaringen die je raken, ervaringen die je bij

blijven. Keer op keer weer. Met slimme strategie, creatieve storytelling, digital design en de toepassing van innovatieve technieken creëren we nieuwe werelden om het verhaal tot leven te brengen."

*Niels Janssen*

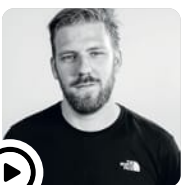


**GIP**  
CREATING NEW PRODUCTIONS

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,88

"Volle bak video. Dat is waar we goed in zijn. Van korte kleine boodschap tot grote opvallende campagne. Niet u-vraagt-wij-draaien, maar advies waar je op zit te wachten. Dat doen we door kritisch uit te dagen,

strategie te versterken en te zorgen dat alles voor elkaar is. Zodat jij durft te zeggen: Goed verhaal."  
*Maarten Verhey*



**GLOW**  
IN THE DARK

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,33

"Wij denken altijd verder dan zomaar een videoproductie te maken. Van onze klanten krijgen we vaak terug dat we strategisch kunnen meedenken en actief met ideeën komen. Het is een compliment dat onze

klanten ons bellen om mee te sparren in campagnes ook wanneer die geen videocomponent hebben."

*Jelle Schoenmakers*



**GOALDEN**

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,79

"Wat Goalden onderscheidt in het competitieve bureau landschap, is onze unieke combinatie van ervaring in topsport en diepgaande kennis van de digitale wereld, gecombineerd met een scherp inzicht in de

Gen Z-doelgroep. Dit stelt ons in staat om innovatieve en doeltreffende sportmarketingstrategieën te ontwikkelen die authentieke connecties tot stand brengen en meetbare resultaten opleveren voor onze klanten."

*Billy Bakker*



**Goedzooi**

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,82

"Door de belofte dat we het meest maatschappelijke bureau van Nederland zijn. We helpen opdrachtgevers: te stoppen met terminale serieuheid, co-creatie én de menselijke maat te bewaren. Dat doen we

door het proces net zo belangrijk te maken als de output."

*Mitch van Veldhoven*



**GOLAZO  
BRANDS**

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,55

"Golazo Brands verbindt merken met (sport) fans. We zijn een creatief bureau met een ongeëvenaarde passie voor sport en marketing. We ontwikkelen impactvolle en prijswinnende ideeën voor merken, vanuit

onze overtuiging 'sport matters'. Sport maakt mensen gelukkiger, gezonder en meer sociaal betrokken."

*Hanneke Jaanen*



**GOOD FOOD PR**  
part of food cabinet

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,72

"Onze ingrediënten: een relevante invalshoek, de juiste timing en een ijzersterk netwerk. Als specialistisch bureau zijn we al meer dan 10 jaar actief in de food wereld en hebben een sterk netwerk opgebouwd. We weten wat er speelt en kunnen snel schakelen met het juiste

verhaal, bij de juiste contactpersoon."

*Laura Emous*



**GRAVITY**

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,12

"Gravity ontwikkelt bedrijfskritische platformen: onze opdrachtgevers leggen het succes van hun business in onze handen. Dit is een grote verantwoordelijkheid. 'Simplicity' is in alle facetten van ons werk de kern: zolang

wij ons in het product en het proces blijven focussen op relevantie en vanzelfsprekendheid, zijn we altijd met het juiste bezig. Elke investering is daarmee van waarde."

*Anita Blankestijn*



**Grow Up**

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,13

"Wij zijn voor onze opdrachtgevers een onmisbare schakel in hun business. Aan de hand van het profitable growth model zorgen wij voor onze klanten voor continue duurzame groei."

*Marco Koghee*



**GROWWW  
.today**

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,00

"Focus op online groei vanuit een samenwerking met de ondernemer, zonder poespas. We houden van heldere communicatie: korte lijntjes, transparantie en eerlijk advies. Kwaliteit en integriteit staan

voorop. We houden je altijd op de hoogte en zeggen 'nee' als we ergens niet in geloven."

*Patrick van Benthem*



**happy  
horizon**  
CREATIVE DIGITAL AGENCY

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,52

"Het speelveld is groot en lijkt soms onoverzichtelijk. Kijken we binnen 'onze' digital wereld, dan volgen technologische ontwikkelingen elkaar in tempo op. Maar welke zijn relevant en welke ontwikkelingen

kun je beter laten gaan? Happy Horizon geeft sturing bij deze nieuwe ontwikkelingen. Daardoor pakken we samen kansen die nóg meer resultaat hebben."

*Walter van de Wege*



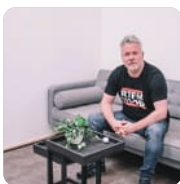
**HAVAS  
Lemz**

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,33

"We gebruiken inzichten in mensen en hun gedrag om creatief werk te maken dat raakt in het hart. Altijd samen met onze klanten; we co-creëren en voeren campagne in een redactieaanpak. En sturen bij op data en

actualiteiten. Zo versterken we elke campagne én de relatie met onze klanten."

*Judith Peters*



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,98

"Iedereen kan tools gebruiken, onderscheiden doen we ons door middel van passie en een gruwelijke hekel aan verliezen. Resultaat is geen loze term, maar heilig binnen Heers."

*Roderick van Straten (Heers)*



**Henry  
Handsome**

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,17

"Wij zitten in de 'Business of beauty', een unieke combinatie van strategie, creatie en design dat een nieuw soort groei creëert die nodig is om relevant en onderscheidend te zijn in een snel veranderende wereld. Ons

team is een weerspiegeling van het eeuwige samenspel tussen business en beauty. Je zou ons artistieke ondernemers of zakelijke kunstenaars kunnen noemen. Tussen die twee werelden zijn we het beste, daar ontstaat Clever Design."

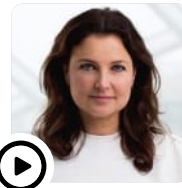
*Roel Stevens*



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,65

"Home is een full-service, social-first creatief bureau dat organisaties helpt bij het bereiken van hun doelstellingen met impactvolle content en campagnes. Wij zijn een missiegedreven, B-Corp gecertificeerd bedrijf waarin ""doing good"" en ""doing well"" hand in hand gaan. Als creatieve partner combineren we succesvolle communicatie met streven naar maatschappelijke vooruitgang."

Annelotte Pera



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,67

"Wil je als merk beroemd worden om de beste redenen? Dan zul je dingen moeten doen waarmee je oprecht waardevol bent in de levens van mensen. Echte problemen oplossen. Dat is waar wij onze opdrachtgevers elke dag bij helpen. Dit doen we middels onze zelfontwikkelde F+A+M+E Formule."

Jacqueline Bosselaar



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,94

"HYPER helpt E-commerce businesses te laten groeien. Wij combineren onze kennis van Magento / Laravel development en E-commerce marketing om samen de beste shopping experiences te bouwen."

Henk de Gier



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,93

"Onze video's creëren ervaringen die mensen raken, inspireren en in beweging brengen. Dit realiseren we met een beproefde methode, 'The Full Circle'. We begeleiden onze klanten vanaf het concept, via projectmanagement en pre-productie, tot en met productie en postproductie. We verbinden technologie met film en video omdat geavanceerde technieken en innovaties jouw video nog meer laten opvallen en de impact vergroten."

Mariëtte van het Kaar

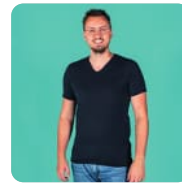


Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,33

"Het belangrijkste middel waarmee wij het verschil maken voor onze opdrachtgevers zijn onze specialisten. Onze specialisten beschikken over het iClicks DNA, waardoor de persoonlijke betrokkenheid bij opdrachtgevers

erg hoog is. Door te investeren in de klantrelatie en onze opdrachtgevers echt goed te kennen, zijn we in staat maatwerk te leveren. Zo blijven we onderscheidend en resultaatgericht."

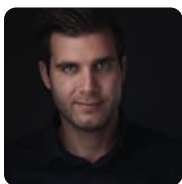
Colin Braak



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,30

"Wij standaardiseren waar kan. Het wiel niet opnieuw uitvinden voor iets wat werkt. Daarnaast speelt de inzet van AI een grote rol om kwalitatievere content te kunnen ontwikkelen."

Daryl Baars

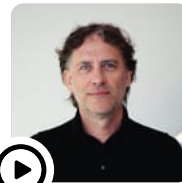


Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,31

"Wij zijn er niet om snel geld te verdienen, maar focussen ons vooral op een fijne klantrelatie. Dit doen wij door laagdrempelige communicatie via bijv. WhatsApp, maar ook door het regelmatig delen van updates en

altijd focus op kwaliteit."

Remon Hendriksen



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,31

"Joe Public Amsterdam helpt adverteerders en merken te groeien. Samen met onze digitale partner Springbok bieden wij alles 'Van Big Idea tot Big Data'. Uniek aan onze werkwijze is de menukaart met vaste tarieven die voor iedere klant hetzelfde zijn. Er zijn ook Joe Public's in Zuid-Afrika, Antwerpen en Londen."

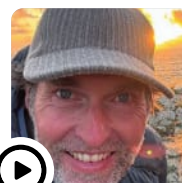
Antoine Houtsma



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,26

"Door drie kennisgebieden te combineren: bedrijfseconomie, gedragswetenschap en online marketing. Door de juiste vaste contactpersonen én specialisten periodiek aan tafel te zetten om reactief en proactief waarde toe te voegen. Zo helpen we onze klanten als full service bureau écht te werken aan groei. Samen. Verantwoord, praktisch, creatief en: omzetverhogend!"

Teun van den Heuvel



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,06

"Kaaps Film draait om mensen. Dat kan alleen vanuit een samenwerking, waar iedereen zichzelf kan zijn en in zijn of haar rol in het proces een bijdrage kan leveren aan de positieve impact van de films die we als team maken. Dit resulteert in films die mens en merk verbindt."

Elco de Winter





**KEMARI®**

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,06

"Het afgelopen jaar hebben wij volop geïnvesteerd in AI. KEMARI.ai is een katalysator geworden voor bijna alle creatieve concepten binnen KEMARI. Q2 lanceren wij ons platform 'The World Of Tomorrow', dit is een thought

leadership platform voor de 7 toonaangevende branches in Nederland."

*Thijs Mensink*



**Kersvers**

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,47

"Digitale groei vraagt om communicatie met impact. Niet alleen in advertenties en uitingen, maar ook op de website. Impact creëer je door alle disciplines op elkaar af te stemmen. Met korte lijnen, zonder ruis en met één doel

voor ogen. Marketing, design en development onder één dak voor maximaal resultaat."

*Mitch Maasen*



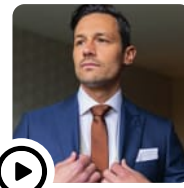
**key agency**

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,71

"Succes realiseer je niet in één dag. Bij Key Agency richten we ons daarom op structurele digitale groei met een stapsgewijze aanpak. We onderscheiden ons met onze full-service dienstverlening, gericht op middelgrote ondernemingen die de ambitie hebben om de

volgende stap te zetten. Unlock next level."

*Wilfred den Hertog*



**Klik.Digital**  
van klik naar klant

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,23

"We bewegen van klik naar klant (tagline) waarbij we middels groeimarketing strategieën het geheel bekijken en pas tevreden zijn als de klik geconverteerd is naar een klant. Daarbij investeren we jaarlijks in impactvolle projecten (vorig jaar huizen bouwen in Afrika in samenwerking met Homeplan) om een bredere impact te maken dan alleen het doen van activatie campagnes."

*Mathias Aaftink*



**komma**

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,54

"Opgericht in 2007 en sindsdien in de groei. We zijn er voor ambitieuze nieuwkomers, scale-ups en de gevestigde orde. Of het nu gaat om het ontwikkelen van je merkidentiteit, het visueel maken van jouw verhaal of het

implementeren van geavanceerde technologie. Gevoed door aanstekelijke energie, werken we samen aan toekomstbestendige transformatie."

*Twan Lammers*

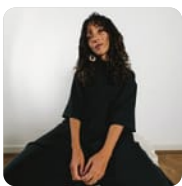


**KR**

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,69

"Wij zijn merk- en communicatiemakers en activeren merken en maatschappelijke thema's. Ontzorgen van onze relaties zit in ons DNA, we verdiepen ons razendsnel in nieuwe materie en blinken uit in vragen concreet maken, uitvoeren en oplossen. Wij raken, inspireren én brengen mensen in beweging. Zo maken we impact voor onze klanten."

*Tinja Kamp*



**KULT & ACE**  
KULTUREEL MARKETING AND CUSTOMER DESIGN

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,17

"Kult&Ace biedt een onmisbare relevante in youth & culture marketing, met op maat gemaakte strategieën en campagnes die echt waarde toevoegen aan het leven van de jonge consument. Als experts in Gen Z en DE&I,

helpen we merken om impactvolle en duurzame resultaten te behalen in een snel veranderende wereld."

*Melanie Bosveld*



**LMPR**

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,28

"Bij Lamper Design vind je een WordPress website of webshop ontwerp op maat tegen een eerlijke prijs. Wij ontzorgen onze klanten op technisch vlak en ondersteunen op het gebied van SEO en marketing."

*Kees Lamper*



**LAP**  
MARKETING

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,72

"Door eerlijke en duidelijke verwachtingen te stellen, bouwen we gezamenlijk met onze klanten aan een lange termijn investering. In een markt die vol zit met snel geld proberen wij fundamentele waarde te creëren die zich

zowel op korte-, maar vooral op de langere termijn terugbetaald."

*Daan Lap*



**LAVA**

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,08

"1) We zetten crowdsourced design in: het publiek / gebruiker heeft invloed op de visuele output. Ook de totstandkomen van de invloed maken we onderdeel van de communicatie/campagne. 2) We geloven in overdraagbaarheid:

we ontwikkelen relevante custom tooling waar de gebruiker/het publiek zelf mee kan werken. Want: hoe gemakkelijker het is om zelf aan de slag te gaan, hoe leuker het is, hoe meer er gemaakt wordt, hoe meer zichtbaarheid. En dat is weer leuk voor ons allemaal."

*Lars Terhorst*

Om te vieren dat wij dit jaar in de **FONK150** staan bieden wij 15 bedrijven een gratis strategiegesprek aan met onze marketingexperts!

Scan en win een strategiegesprek



Scan de QR code

**14**

jaar  
ervaring

**200**

tevreden  
klanten

**25**

digital  
marketeers



Wij zetten Oost-Nederland op de kaart

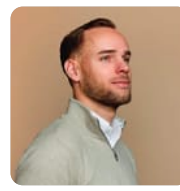
**Onwise**



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,06

"Leadgate heeft door de niche focus op IT-, Tech- en SaaS-organisaties veel ervaring met B2B marketing binnen de IT-branche, ideaal voor onze klanten. Onze visie is marketing meetbaar beter maken, daarom staat data centraal in onze werkwijze. Wij zijn het verlengstuk van onze klanten en werken als collega's met ze samen."

Jordi Lingen



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,88

"Online marketing is voor veel organisaties een grijs gebied. Wij tackelen dit door de werkzaamheden op locatie bij de opdrachtgever op te pakken. Op die manier zijn we transparant, zorgen we voor kennisoverdracht en zijn we letterlijk het verlengstuk van een organisatie op het gebied van digital marketing."

Lammert Heek



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,40

"Door op een creatieve en transparante manier onze services te leveren doen wij dingen nét even anders in een overvolle markt. Wij brengen output & resultaat samen zodat we impactvolle campagnes neer kunnen zetten."

Niels Hoogeveen



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,18

"We zijn specialist in maatwerk webshops, websites en digitale toegankelijkheid. Wij combineren de hoogste kwaliteitsstandaarden met een pragmatische insteek en Rotterdamse mentaliteit. Daarbij onderscheiden we ons door onze missie om een veilig, open, toegankelijk en gebruiksvriendelijk internet voor iedereen te creëren."

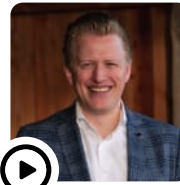
Christien van de Sande



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,88

"Wij ontwerpen en ontwikkelen (web) applicaties voor unieke bedrijfsprocessen als standaardsoftware niet voldoet. Opdrachtgevers kiezen voor Lightbase vanwege ons vermogen om complexe zaken te vereenvoudigen. We ontzorgen van concept tot oplevering met een bewezen werkwijze en focus op kwaliteit."

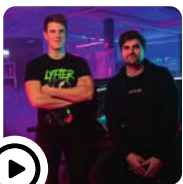
Mathijs Vreeman



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,51

"Alles in ons team én bedrijf is ingericht op de langetermijnsamenwerking met de klant. We zijn onwijs creatief, maar ook ontzettend praktisch en komen onze beloftes en afspraken ook écht na. Samen zijn we Limesquare en halen we het beste in merken naar boven!"

Lex Soer



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,40

"Vanuit de uitdaging om kwaliteit toegankelijk te maken zijn we in 2016 gestart. Een 'veel slimme manier van websites bouwen' was het resultaat. Alles wat we nodig hebben aan tools en processen zijn we gaan automatiseren. Techniek zijn we als losse, herbruikbare componenten gaan schrijven. De hoogst mogelijk kwaliteit, binnen een zo effectief mogelijk proces. Dat is en blijft het doel."

Eric Verheijen



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,45

"Maatwerk Online onderscheidt zich t.o.v. concurrenten door echt eigenwijs te zijn en te denken als ondernemer. Dit ondernemende gecombineerd met alle laatste ontwikkelingen en innovaties zorgt ervoor dat onze klanten vooroplopen op het gebied van online marketing."

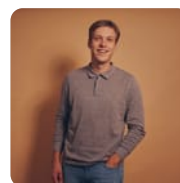
Nick Heurter



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,77

"Bij mailmeisters vergroten we klantrelevantie door te stapelen met meesterlijke automations en next level marketing automation toe te passen, waardoor een steeds grotere omzet onderstroom ontstaat. We focussen op personalisatie en denken continu mee over groeimogelijkheden, om zo de meest impactvolle resultaten te leveren."

Jan den Bakker



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,72

"Ons uitgebreide pakket aan diensten, van innovatieve marketing tot dynamisch merkonderwerp en strategische ontwikkeling, zorgt ervoor dat jouw merk altijd in de schijnwerpers staat, altijd evolueert, en altijd een stap voor is. Met Mandelo wordt jouw merk niet alleen gezien — het wordt onthouden, gevierd, en gerespecteerd."

Theo van de Kamp



Ginger Spierings



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,56

"The power of a good story', dat is waar we bij Marble voor staan. Ieder bedrijf, groot of klein, heeft een eigen verhaal te vertellen. Wij brengen deze verhalen tot leven middels ijzersterke content - in beeld en woord."



Vanessa Hofland



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,19

"Monks is the global, purely digital, unitary operating brand of S4Capital plc. Since 2021, Monks has combined diverse solutions—media, data, social, platforms, studio, experience, brand and technology services—to serve as a consultative partner integrating systems and workflows that deliver unfettered content production, scaled experiences and data science fueled by AI and the industry's very best talent and teams."



Job Delsman (Mediabirds)



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,25

"Bij Mediabirds richten we ons steeds meer op de implementatie van AI en de ontwikkeling van sterke merken. Waar wij ons onderscheiden, is in het optimaliseren van de customer journey en het benutten van data."



Martijn Jaartsveld



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,05

"Onderscheidend vermogen door media expertise vanuit een integrale communicatie aanpak. Binnen de driehoek van adverteerder, reclame- en mediabureau zoeken we de sleutel tot succes en groei. Groeistrategieën in combinatie met media is daarbij leidend. Want hoe beter je de adverteerder begrijpt, hoe effectiever het mediaplan. STROOM is Energie voor groei."



Stephan Kwast



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,20

"Megawatt is een 360 Campaign Agency. We ontwikkelen en produceren in huis omnichannel brand-activation campagnes waarbij on- en offline experiences onderdeel zijn van de strategie en het creatieve concept.

Onze relevantie voor opdrachtgevers is helder, wij zijn het enige bureau in Benelux met deze unieke positionering en bewezen track record."



Mees Rutten



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,07

"Bij Merlin Studio onderscheiden we ons door een ongeëvenaarde focus op kwaliteit, klantervaring en innovatie in digitale ervaringen. Door diepgaande samenwerking met onze klanten creëren we op maat

gemaakte oplossingen die niet alleen creatief en toegankelijk, maar ook strategisch relevant en impactvol zijn."



Simon Hogenkamp



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,20

"Bij Moddit zetten we vol in op online groei: van strategie en design tot topprestaties in zoekmachines, en dat alles om online groei te creëren. Onze samenwerking is laagdrempelig en doelgericht; we zijn meer dan een agency,

we zijn een partner die resultaten serieus neemt en verbetert."



Pieter van der Heijden



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,54

"Wij behalen succes voor onze klanten doordat wij ons goed verdiepen in de doelgroep en de fase van de customer journey waarin deze zich bevindt. Op deze manier bereken we de juiste doelgroep op het juiste moment met de juiste boodschap. Wij zijn experts in het bedenken en uitvoeren van performance driven digital marketing."



Koen Joosen



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,56

"MOSQUITO is jouw creatieve Branding Agency. We zijn klein, maar zorgen ervoor dat onze aanwezigheid voelbaar is. Met onze creatieve kijk op branding en marketing zullen we je verwonderen, verbazen en prikkelen. Wil

jij bouwen aan een sterker merk? Middels onze branding-trajecten en marketing-abonnementen claim jij je positie op de markt en helpen we jou opvallend jezelf te zijn en een blijvende indruk achter te laten."



Robert Kosse



Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,37

"De eindgebruiker is onze echte opdrachtgever. Zij blij, klant blij, en dus wij. Met strategie, marktkennis en design inspireren wij onze klanten en bouwen we dagelijks geweldige apps en websites waar

harten sneller van gaan kloppen. Onze meerwaarde? Hoog mikken én waarmaken."



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,42

"Wij zijn een online performance bureau, die het belangrijk vindt om via een persoonlijke benadering een goede relatie op te bouwen met ons personeel en onze klanten. Wij geloven erin dat blij personeel zorgt voor

goede resultaten en blij klanten, waardoor we een duurzame samenwerking kunnen aangaan met onze klanten."

Sven Mulder



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,12

"Nerds levert digitale oplossingen met hoge kwaliteit en ongekennde aandacht voor detail. We combineren techniek en innovatie met creativiteit en liefde voor software, zodat we onze klanten kunnen helpen hun digitale doelen te halen. Dit doen we met een veilige, diverse en inclusieve omgeving voor Nerds, door Nerds."

Timar Holtkamp



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,15

"Waar standaard systemen stoppen gaan wij verder. Nextly helpt bedrijven groeien op het gebied van proces en wij helpen altijd. "Altijd helpen" zit in onze DNA en komt dus ook terug in al onze oplossingen, die veelal op maat gemaakt worden. We worden dan ook

echt gelukkig van het helpen van onze klanten, hoe groot of klein de oplossing ook is."

Cornee van der Panne



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,52

"Wij werken niet voor onze klanten, maar met. En dat kan alleen door écht te luisteren naar wat de klant wil, wat collega's willen, naar de doelgroep. Alleen dan maak je verschil. Dus zo helpen wij hen voorop te lopen in de markt.

Elke dag een beetje beter."

Thijs van der Heijden



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,16

"Door onze scherpe visie op merkontwikkeling, gestructureerde samenwerkingsvorm en rijke skillset, geven we efficiënt grip op branding. Van het behalen van jouw langetermijndoelstellingen tot snelle

productie. We doen het met plezier. Een ijzersterk team dat zich vastbijt in jouw merk en helpt scherpe keuzes te maken zonder waste van marketingbudget."

Kirsten Esser



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,54

"Aandacht voor klanten en collega's verhoogt betrokkenheid en kwaliteit. Vanaf het eerste contact ontdekken we samen de echte behoefte. Dat doen we door gezamenlijke strategische sessies op maat, doelgerichte en creatieve uitwerking en gedetailleerde rapportages. Zo leveren we niet alleen inspirerende verhalen, maar ook concrete, datagedreven oplossingen die écht werken."

Edwin Staps



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,19

"NOBEARS gebruikt de kracht van creativiteit en technologie om merkbeloftes te transformeren in de allerbeste digitale customer experiences. Met een sterk ondernemende mindset bedenken en/of

transformeren we digitale strategieën. Hierbij staat het versnellen van ambities voor klanten centraal. Niet voor niets is onze pay-off: accelerate ambitions."

Dustin Karelse

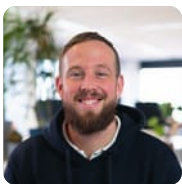


Gemiddelde klanttevredenheid: 8,37

"Norday heeft als missie om met design zoveel mogelijk positieve verandering tot stand te brengen. Klanten zoeken daarbij naar nieuwe manieren om onderscheidend en toekomstbestendig te zijn. In co-creatie

ontwikkelen we niet alleen de beste digitale experiences, maar helpen we ook om innovaties te laten landen in de organisatie."

Rebecca Stadman



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,38

"Wij werken met senior collega's die aanvoelen als jouw digital online marketing team."

Timothy van Laar



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,08

"Bij Olifant Media werken wij met klantenteams waarin we creatives samen met performance collega's laten werken om onze klanten hun uitdagingen op te lossen."

Jurjen Rijdsijk



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,79

"We moeten het verleden niet vergeten, maar ook inspelen op de toekomst. De basisprincipes zullen altijd blijven gelden, maar je moet ook AI omarmen."

*Daniel Kuipers*



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,06

"OMCBase heeft een sterke passie voor sales en marketing, waardoor wij naadloos aansluiten bij de B2B-markt. Ons complete team biedt een uitgebreid pakket aan expertises, dat verder reikt dan alleen online marketing. We leveren geïntegreerde oplossingen voor maximale groei. Ten grondslag ligt altijd een doordachte strategie."

*Yaël Sigger*



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,41

"ON A DAILY BASIS pioniert voor een nieuwe generatie met een hecht en divers team. Als creatieve partner helpen wij grote merken voorop te lopen door innovatie en visie. Wij richten ons op de nieuwe generatie en

creëren relevante communicatie die aansluit bij wat komen gaat."

*Pim Berentzen*



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,37



"We onderscheiden ons in de eerste plaats door onze focus op sport, gevoed door onze grote liefde ervoor. Die liefde voor sport en voor het vak van sportmarketing voelen ook onze klanten. Gecombineerd met onze drang

naar vernieuwing, bieden we een unieke propositie in de markt.

Vernieuwing zit voor ons niet alleen in de toepassing van nieuwe technologie, waarop ons team met name is ingericht, maar bijvoorbeeld ook in het bedenken en laten slagen van vernieuwende businessmodellen."

*Lennart Boven*



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,04

"Onze mensen maken het verschil. Iedere werknemer heeft in zijn/haar DNA dat ze samen met een klant het maximale willen bereiken. Daarnaast trainen wij onze consultants om daadwerkelijk een partner te zijn voor onze klanten. Zij leren direct dat ze in eerste instantie voor en samen met de klant werken."

*Daniëlle van Essen*



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,95

"Wij helpen scale ups en groeiende bedrijven aan expertise, kennis en kunde in online marketing. Door online marketing resultaatgericht in te zetten en te doen wat de klant echt nodig heeft om hun business te laten groeien."

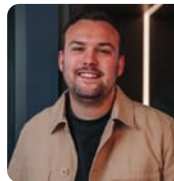
*Wouter Blom*



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,02

"Digital experts, strategen en designers met een drive voor werk dat ertoe doet. Slimme oplossingen met positieve impact. Voor mensen en de wereld om ons heen."

*Judith Boon*



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,01

"Onwise maakt gebruik van een omnichannel marketing strategie (storytelling, SEO, SEA, Socials en e-mail) om vanuit een goed verhaal met duidelijke boodschap klanten te helpen bij het realiseren van online groei. Door in te

zetten op een nauwe en persoonlijke samenwerking halen we, met behulp van de toepassing van data/dashboards, mooie resultaten voor onze klanten! We are on it!"

*Martijn de Wild*



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,87

"Wij weten hoe belangrijk mensen zijn. Door echt goed voor onze medewerkers te zorgen, stralen ze. Hun energie, talent en betrokkenheid zijn doorslaggevend. Met nieuwe digitale producten, vooruitstrevend design, slimme online marketing, trainingen en meer. Kortom, alles wat jouw bedrijf nodig heeft om maximaal digitaal succes te behalen begint bij de mensen. Onze mensen. En die van jou. Want wij werken niet alleen vóór onze klanten, maar vooral ook mét ze."

*Niels Botterblom*



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,38

"Met onze persoonlijke aanpak, jarenlange ervaring (10+ jaar) en interesse in alle nieuwe online en offline mogelijkheden blijven wij relevant voor onze opdrachtgevers."

*Jan-Jaap van Walchren*



**PaperDigits.**

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,62

"In een steeds complexer speelveld brengen wij de eenvoud terug. We sturen op duidelijke resultaten met meetbare acties. Geen luchtkastelen en vage metrics, maar echte impact en concreet resultaat die zorgen voor grip op de online marketing strategie."

Joël van der Zande

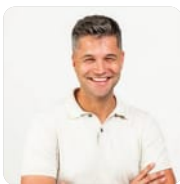


**PINK MARKETING**  
PART OF J&J

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,56

"We zijn vooral wie we zijn: een hechte club vol energieke, ambitieuze mensen. Stuk voor stuk mensen die houden van aanpakken. Doorpakken. Afmaken. Altijd. En o'ja, wij verslinden ontwikkelingen in ons vak en pushen elkaar maximaal. En dan werken we ook nog vol vanuit creativiteit, media & technologie: een ijzersterke basis. Dynamisch ook, omdat wij hiermee het hele vakgebied bespelen en klanten in alles bedienen. Reclame steeds sneller, slimmer en vanuit allerlei expertises? Yes please!"

Boudewijn de Jong



**PIXELX**

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,84

"Hoe vertel je een verhaal dat blijft hangen in een wereld vol content? Wij denken vooruit, gebruiken AI om sneller en slimmer te werken, en zorgen dat elk concept de kijker prikkelt. Zo blijven we relevant en verrassen we onze opdrachtgevers telkens weer."

Wim van der Burgh



**popcorn stories**

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,15

"Popcorn Stories is a creative partner for ambitious brands and mission driven organisations that want to create impact with their story. We create bold concepts, visual storytelling and campaigns that make a lasting impression. Making our clients hungry for more!"

Michan Tolman



**pünktlich.**  
PART OF J&J

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,37

"Noem ons hongerig, vind ons enthousiast. Klopt ook: we zijn jong & razend energiek. Verder zijn wij ooit ontstaan vanuit de conclusie dat veel traditionele bureaus 'Digital' als noodzakelijk kwaad zagen en enkel TVC's doorvertaalden. Tijd voor een creatief bureau dat data liet werken en wél vol inzette op een digitale aanpak per specifiek kanaal. Zo ademen wij ondertussen een solide mix van media, creativiteit & technologie en zijn wij lenig en handig in schakelen tussen diverse vraagstukken en disciplines."

Boudewijn de Jong



**PAQT**

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,82



"Bij PAQT gaan softwareteams door het vuur om de organisatiedoelen van onze opdrachtgevers te overtreffen. Vanuit een bewezen en zelfontwikkelde methode, Rise, dat is gebaseerd op 34 succesfactoren en de basis vormt voor ons eigen online samenwerkingsplatform, het PAQT platform. Volledig geïntegreerd met alle onderdelen van de dienstverlening."

Maurits Dijkgraaf



**pixelpillow**

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,62



"Wij maken digitale tools voor slimmere processen en blijde gebruikers. Door de gebruiker centraal te stellen in alles wat we doen, creëren we oplossingen die echt werken. We richten ons volledig op drie focusbranches: techniek/maakindustrie, B2B commerce/groothandels en publiek/overheid."

Milan van Bruggen



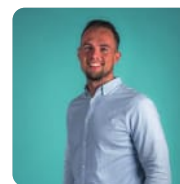
**PIXELS**

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,43



"Bij Pixxels draait voor het voornamelijk om de ervaring die de klant bij ons ervaart. Wij ontwikkelen niet enkel je website, maar denken ook verder mee over jouw merk. Hierdoor blijven onze klanten telkens opnieuw verrast worden door onze ideeën & ontwikkelingen."

Bjørn Bekkers



**MODERN CITIZENS**

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,44

"Modern Citizens is een 'through the line' agency. Dit betekent dat we voorzien in alle creatieve content die je als merk nodig hebt om succesvol aanwezig te zijn in de customer journey van je doelgroep. Of het nu gaat om een TVC, radio, online video of social media, wij zorgen voor zowel de conceptontwikkeling als de productie en, waar nodig, ook de promotie van de content."

Danny van Heusden (Modern Citizens v/h Positive)



**QV creative**

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,85

"Met onze 'QV Method' brengen we structuur aan in het creatieve proces samen met onze opdrachtgevers, die vaak onervaren zijn op dit gebied. Op deze manier bouwen we onderling vertrouwen op door gezamenlijk naar het eindproduct toe te werken. Zo vormen wij de schakel tussen innovatie en communicatie."

Gilles Hagen

Enrise is dé **digital partner** met full focus op techniek en scherp oog voor business.

We gaan voor oplossingen die aansluiten bij groei ambities.

We ondersteunen met **onafhankelijk advies**, onderzoek en solide development processen.

Hiermee tillen we ieder project naar een **hoger niveau**.

**IMPACT  
DRIVEN  
DEVELOPMENT**

---





**RAFT**  
online communicatiebureaus

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,82

"Richting is belangrijker dan snelheid. Morgen kan iedere marketeer een social campagne live hebben. Maar de juiste doelgroep, op het juiste moment met de juiste content aanspreken is een ander specialisme. Hiervoor

heb je een ervaren strateeg nodig. Die bewaakt dit, in combinatie met alle andere mogelijke touchpoints."

Roy de Kok



**RAUWCC**  
OP Z'N ROTTERDAMST

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,60

"Maak kennis met de creatieve collega's die je altijd al wilde hebben. Wij zijn strategen, copywriters, designers, contentmanagers, projectmanagers, videografen en -editors. Een mooie mensenmix van rauwe jonkies en

doorbakken vakidioten."

Jessika Feleus



**WE ARE  
REBELLION  
MONKEY**

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,94

"Op inzichtelijke, toegankelijke en toepasbare manier helpen wij organisaties met hun merk."  
Marloes Besemer

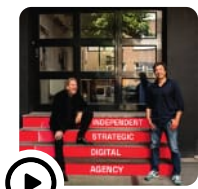


**Red**  
online marketing  
for travel & leisure

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,52

"Vakantie- en vrijetijdsbeslissingen zijn emotioneel geladen. Consumenten moeten dromen over onze opdrachtgevers, van dagjes uit tot verre reizen. Met beeld, video en storytelling maken we dit waar. Zo helpen we onze opdrachtgevers op te vallen."

Roy Platje

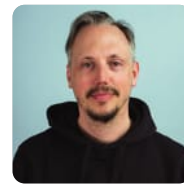


**REDKIWI**  
INDEPENDENT STRATEGIC DIGITAL AGENCY

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,02

"Customer Intimacy is the name of our game! Onze fun loving professionals combineren professionaliteit met persoonlijke aandacht. Het is niet alleen aandacht maar ook energie die we met Redkiwi brengen. We trekken veel met onze klanten op. Van kennissessie tot padelwedstrijd. Van een belletje tot een werkbezoek aan New York."

Jasper Verbunt (CEO) & Reinoud Wolff (CSO)



**Resoluut**

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,89

"Met de merk- en digitale strategie als vertrekpunt maakt Resoluut werk dat functioneert, converteert en emotioneel resonanceert."

Rory de Graaf



**Reversed**

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,23

"Wij helpen founders met het bouwen van een best-in-class tech startup. Dat doen we door te investeren in startups en zo een echte technical co-founder te worden. We helpen founders met het bouwen van de eerste versie

van het product, het koppelen aan investeerders en met het aannemen van een intern development team, zodat de startup zelfstandig kan doorgroeien."

Terence Huijgen

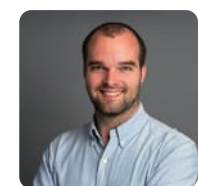


**REVITALIZE**

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,03

"Wij helpen organisaties om te transformeren, zodat ze aandacht verdienen en ook de aandacht van mensen weten vast te houden met hun communicatie. Ons werk als rebranders begint en eindigt ook met 'aandacht'. Een sterk merk kun je alleen samen maken met voldoende aandacht voor de opdrachtgever, haar proposities, markt(en), doelgroepen en gezonde ambities. Ons vak bestaat vooral uit aandachtig luisteren."

Michael Versélewel de Witt Hamer

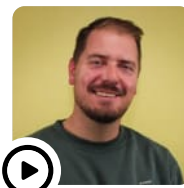


**ROOTS  
NETWORK**

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,28

"Wij doen het beter. We hebben 20+ jaar ervaring om écht impact te maken met Paid Search. We zijn vakidioten die staan voor kwaliteit, innovatie en harde resultaten om dat waar te maken."

Alex Pepermans



**sdim.**

Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,49

"Veel aandacht geven aan het maken van een extra verdiepingsslag bij elke samenwerking. De klant van a tot z kennen, zowel persoonlijk als de organisatie. Doelstellingen, propositie, usp's, kernwaarden en bedrijfscultuur. Juist

door die extra aandacht zijn we beter in staat om onze aanpak af te stemmen op het bedrijf."

Pieter Borst



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,67

"Ten eerste hebben wij geen sales apparaat maar geloven wij in kwaliteit. Onze klanten zijn vaak voor langere tijd klant en samen groeien wij. Met deze strategie behoren wij al 5 jaar op rij tot de snelst groeiende bedrijven. Eerlijk,

transparant en samen zijn onze kernwoorden."

Sun Walenkamp



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,03

"Ons personeel maakt dagelijks het verschil voor onze klanten door te opereren als een interne marketing medewerker."

Marcel Sluijter



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,55

"Wij zijn als agency een SEO specialist en daarmee een kennisorganisatie. We zijn ingericht om op elk vlak binnen SEO continu te innoveren (middels horizontale 'SEO skill teams'). Hierdoor lopen we altijd voorop qua ontwikkelingen in de snel veranderende

zoekmachine wereld en hebben we toegevoegde waarde voor onze opdrachtgevers."

Martijn Hoving



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,39

"We maken digitaal waar. Door al ruim tien jaar lang steevast een enorm hoge kwaliteit te bieden is mond-op-mond reclame voor ons essentieel."

Julian Wassenaar (September Digital)

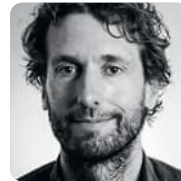


Gemiddelde klanttevredenheid: 8,48

"Bij ShowHeroes waarborgen we onze relevantie voor onze opdrachtgevers door innovatieve technologieën, data-gedreven strategieën en hoogwaardige content te combineren met een uitgebreid

distributienetwerk en diepgaande expertise. Hierdoor kunnen we altijd maatwerkoplossingen bieden die aansluiten bij de specifieke behoeften en doelen van onze klanten, waardoor de communicatie effectiever en relevanter wordt."

Tim Samsom



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,44

"Morgen vraagt om keuzes die werken voor mens, merk en maatschappij. We zorgen er samen voor dat jij vandaag de juiste maakt. Als verbindende schakel tussen consumenten, makers en jouw merk brengen we

verschillende perspectieven samen. Met begrip voor wat relevant én wat mogelijk is, jagen we samen vooruitgang aan."

Olivier Lisman



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,20

"Om goed vindbaar te worden in zoekmachines, is het cruciaal dat je een website optimaliseert voor de doelgroep, niet voor zoekmachines. Binnen elke strategie ligt de nadruk er dus op om goed onderzoek te

doen naar de doelgroep en op hun behoeften en vragen in te spelen."

Jarik Oosting



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,92

"De doelen van onze ambitieuze klanten zijn voor ons een drijfveer om met ervaren specialisten het beste resultaat te behalen. Persoonlijk contact, pro-activiteit en een langetermijn samenwerking staan hierbij centraal."

Jordy Buijs



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,68

"Persoonlijke relaties, een ver bovengemiddeld inzicht en affiniteit met de branches waarvoor wij werken, continue training van personeel (zowel in bestaande technieken als nieuwe), veel persoonlijk contact met onze

opdrachtgevers."

Sander van Liempt



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,90

"Met een team van experts creëren we unieke en doelgerichte social content die opvalt in de massa. Door onze specialisatie en social media knowhow, en een diep begrip van de meestal jonge doelgroep, leveren we

impactvolle campagnes en always-on content dat merken echt verder helpt."

Diederik Chevalier


**STIMMT**

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,65

"Bij Stimmt gaan we voor kwaliteit! Dit doen we door een combinatie van hoogwaardige techniek en een strak design, een team van specialisten en een persoonlijke, klantgerichte benadering binnen onze projecten. Daarnaast

is onze gestructureerde aanpak en tooling zoals Asana en Simplicate de basis om die kwaliteit te kunnen garanderen."

Sanne Zijlstra


**STORYMOTION**

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,58

"Door te focussen op een 100% klanttevredenheid. Je kan als videoproduktiebedrijf enkel het onderscheid maken als je kan excelleren in 100% tevredenheid. We maken niet alleen video's, wij creëren ervaringen die verbinden, boeien en inspireren door middel van krachtige storytelling. Met een focus op kwaliteit, samenwerking en creativiteit."

Yorick van Beek


**studio piraat**

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,68

"Wij versterken merken en organisaties met krachtige verhalen die inspireren en verbinden. Als full service branding bureau helpen we jou met alle vraagstukken rondom merkpositionering, design en communicatie. Onze samenwerking is gebaseerd op

wederzijds vertrouwen, een nuchtere blik en de overtuiging dat plezier in ons werk essentieel is voor jouw succes."

Jasper de Vink


**STUURLUI**  
 Fullservice WordPress bureau

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,09

"Wij vinden dat alle organisaties in Nederland toegang moeten hebben tot transparantie en een duurzame hoogwaardige website. Organisaties staan zelf aan het roer, en hebben recht op een daadkrachtige partner die hen helpt het beste uit zichzelf te halen. Stuurlui levert het allerbeste in WordPress, met de ambitie om het meest klantvriendelijke webbureau van Nederland te zijn."

Thomas Kroese


**SUITESEVEN**

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,37

"Suite Seven is de beste WooCommerce agency voor e-commerce bedrijven en onze collega's, dit doen wij door technisch converterende webshops te realiseren, onze klanten proactief te adviseren en ons

personeel centraal te stellen."

Arne Schouten


**TALK ABOUT**

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,33

"Wij zijn een boutique PR-bureau, klein en zelfstandig opererend. Onze communicatie is altijd helder, wederkerig en al onze activiteiten zijn het resultaat van co-creatie. We zijn hands-on aanpakkers. We houden de touwtjes in handen om zo onze opdrachtgevers te ontlasten. Wij zijn oprecht geïnteresseerd in mensen, merken en de wereld."

Natasja Gregorowitsch


**TEAM LEWIS**

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,15

"Succesvol communiceren begint voor ons altijd bij het bepalen van het onderscheidende verhaal van onze klanten. Met een wisselwerking tussen communicatiestrategie en creativiteit brengen onze specialisten binnen ons wereldwijde netwerk deze verhalen tot leven om echt impact te maken. Of het nu gaat om corporate communicatie of data-gedreven, geïntegreerde marketingcampagnes."

Vera Kops



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,18

"We creëren content waarbij we zekerheid geven dat het scoort bij je doelgroep. Met behulp van zelf ontwikkelde tools brengen we zoek- en kijkgedrag op alle platformen in kaart. Met onze creative signature maken we content die zorgt dat je gegarandeerd relevant bent en mensen blijven kijken."

Lorenz de Valk (team5pm)


**THE FULLY BOOKERS**

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,00

"Wij hebben ons gefocust op restaurants en hotels, hierdoor spreken wij de taal van de klant. De strategieën welke wij maken zijn hierop gericht, hierdoor werken we met een bewezen aanpak voor onze klanten."

Youri Boekelman


**thesio**

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,08

"Een uniek verhaal creëren valt niet mee met 1.000+ digitale bureau's. Toch is ons dit wel gelukt. Wij hebben ervoor gekozen om voor bepaalde types organisaties te werken en ons daar nog puur op te richten. Daar hebben wij

ons eigen verhaal op toegespitst, wat het uniek maakt."

Redmer de Vries



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,21

"Door strategische creativiteit te combineren met geavanceerde technologie, leveren wij gepersonaliseerde en impactvolle campagnes. Onze proactieve samenwerking met opdrachtgevers verzekert dat elke campagne

doelgericht en relevant is in een concurrerende markt."

Marleen Arts



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,55

"Wat mij betreft valt of staat alles met het team waarmee je samen bouwt aan je toekomst. Door samen met ons team dag in, dag uit te bewijzen dat we een onmisbare factor zijn voor de bedrijven waarmee we samenwerken, blijven we relevant en worden we aangeraden

bij andere bedrijven. Wij zien daarom de ontwikkeling van het team en ieder teamlid wat hier onderdeel van is als onze belangrijkste factor om relevant te blijven."

Tim Leijs



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,55

"Door diepgaande data-analyse en tech-gedreven optimalisaties creëren we strategieën die leiden tot award-winning campagnes en belangrijkste, verbeterde bedrijfsresultaten voor onze opdrachtgevers.

Onze mentaliteit maakt ons onmisbaar in een concurrerende markt. Gedreven door nieuwsgierigheid, ambitie en een duidelijke visie, en de overtuiging dat kennis pas waarde krijgt als het gedeeld wordt."

Yorick Voorthuizen



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,80

"De strategisch outside in benadering van TRES brengt innovatieve digitale oplossingen waar de eindgebruiker écht op zit te wachten, die kpi's van organisaties maximaliseren en de klant- en bedrijfsprocessen optimaliseren.

TRES is niet alleen een partner, maar ook een verlengstuk voor de organisatie en drijvende kracht achter online succes."

Harmen Visser



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,65

"Door ons motto 'Samen Succesvoller' toe te passen bij zowel medewerkers en klanten. Door intensieve samenwerking, plezier en inzet bereiken we gezamenlijke successen."

Sebastiaan Kremer



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,10

"We springen eruit in een drukke markt door iets bijzonders aan te bieden. Onze klanten waarderen onze 'fun' en informele aanpak en het persoonlijke contact. Door slim te werken en relevant werk te leveren, behalen we onze

doelen en maken we merken bekend."

Ingmar Larsen



Wouter Friso



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,63

"Door de behoeftes van de doelgroep, de concurrentie in steek en het communicatieve Umfeld in kaart te brengen weten we doelgerichte en onderscheidende communicatie te realiseren."



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,49

"Toon maakt merken betekenisvol met strategie, technologie en content."

Ralph Thijsen

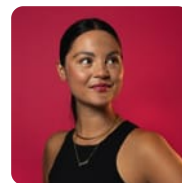


Gemiddelde klanttevredenheid: 9,08

"We combineren strategische aandacht, geavanceerde technologieën en creatieve concepten. Door diepgaand inzicht in klantbehoeften en maatwerkcampagnes zorgen we voor relevante en impactvolle

communicatie, waardoor we ons onderscheiden in een drukke markt."

Arnoud Kingma



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,38

"De gouden formule? Echte connecties aangaan met merken en hun audience. Door een team van enthousiaste en nieuwsgierige Gen-Z'ers met een diepgewortelde kennis van social media. Tel daar een flinke dosis

merkendenken bij op en voilà! En daarnaast doen we alles in-house, wat maakt dat we extreem flexibel zijn en altijd relevant."

Bente van Deventer


**Unmuted )))**

 Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,74

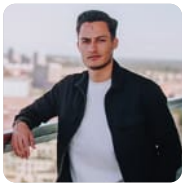
"Wij laten B2B SaaS-organisaties sneller groeien door demand generation effectief in te zetten. We maken content in lijn met de meest recente vormen van koopgedrag, zetten account-based advertentiecampaagnes in en ontwikkelen no-code websites."

*Max van den Ingh*

**VANDEN  
BUSKEN!**  
WIND ACTIVATION

 Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,49

"Wij zijn het campagnebureau dat jouw merk van B naar A brengt. Ben jij klaar om de favoriet uit de branche te challengen? Kom maar op! Wij zijn gek op een uitdaging. Onze denkers en doeners bijten zich vol overgave vast in jouw vraagstuk en zijn pas tevreden als de uitkomst briljant is. Creatief én effectief. Omdat het uiteindelijk het resultaat is dat écht telt. Zo brengen wij jouw merk van B naar A. En dat al meer dan 60 jaar."

*Arnout van den Busken*

**VIDOX**  
MEDIA

 Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,90

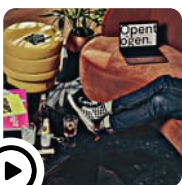
"Natuurlijk kan één video het verschil maken. Maar onze klanten hebben de wereld daarna vaak nog veel méér moois te vertellen. Omdat we ze dan graag opnieuw helpen, bouwen we aan relaties voor de lange termijn. Wat dat in de praktijk betekent? Vooral dat we investeren in onze samenwerkingen en dat zij altijd de aandacht krijgen die ze verdienen."

*Damian van Essen*

**VISSER**  
MEDIA  
DESIGN  
*we tell stories*

 Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,27

"Als bureau investeren we veel tijd en aandacht om de zogenaamde 'sweet spot' van opdrachtgevers te achterhalen. Wat maakt een organisatie of merk nu zo bijzonder en onderscheidend? Vervolgens gebruiken we storytelling om dat unieke aspect uit te lichten. Hierbij gebruiken we steeds vaker AI, bijvoorbeeld door het genereren van unieke voice-over stemmen die precies passen bij wat we zoeken."

*Patrick Visser*

**VUUR**

 Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,03

"Bij VUUR kruijen we in de huid van je merk door goed te luisteren en de juiste vragen te stellen. Het liefst aan mensen die net zo openhartig zijn als wij. Alleen zo kun je komen tot het fundament dat nodig is om creatie en media optimaal in te zetten."

*Freek van Oyen*

**van  
ons**

 Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,23

"We maken digitale producten die processen voor onze klanten optimaliseren en de ervaring voor de eindgebruiker écht verbeteren. We geven onze opdrachtgevers wat wij noemen: Digitale Slagkracht. Door met onze klanten partnerships te bouwen en veel met ze in gesprek te blijven realiseren we samen meer Digitale Slagkracht."

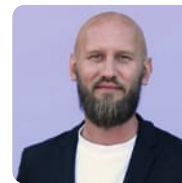
*Robert van Eekhout*

**VERTIGO 6**  
PART OF HAPPY HORIZON

 Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,50

"Bij jonge doelgroepen kun je aandacht niet kopen, maar moet je aandacht verdienen. Dat doen we met authentieke content die gezien wil worden. We maken content die echt raakt, op platforms die echt boeien en blijven relevant."

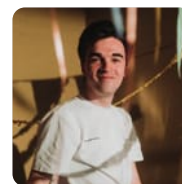
weg bij saaie tv-commercials en statische banners. Zo blijven we relevant."

*Mike Hendriksen*

**VILLA 2**

 Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,76

"Wij geloven dat iedere organisatie een impactvol verhaal heeft dat verteld moet worden. Geloofwaardig, relevant en consistent. Een rode draad die het merk eigen maakt, jouw kracht laat zien. Wij krijgen dat verhaal altijd op tafel en onder de ogen van het juiste publiek. Van merkstrategie en merkpositionering tot marketingplannen, -strategie, ontwerp, middelen, content en campagnes. Wij bouwen merken en zorgen dat je gezien wordt."

Van merkstrategie en merkpositionering tot marketingplannen, -strategie, ontwerp, middelen, content en campagnes. Wij bouwen merken en zorgen dat je gezien wordt."

*Dennis Wijnands*

**Vlimse**

 Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,73

"We maken ons relevant door high-end videoproductie toegankelijker te maken, van TVC tot smart-budget content. Daarbij gaan we voor een klein, jong bureau significant verder dan enkel productie – we denken mee op video als middel t.b.v. de campagne- of merkstrategie. Dit met weinig overhead en een schil aan next-gen makers."

*Jeroen de Wit*

**WAJW**

 Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,24

"Wij dagen onze klanten graag uit in hun ambitie door continu in gesprek te gaan over strategische marketingdoelen. Met een combinatie van marketing, creativiteit en techniek werken wij aan innovatieve oplossingen om de gewenste groei te realiseren en nieuwe kansen te ontdekken. Onze transparantie zorgt voor vertrouwen van de klant."

oplossingen om de gewenste groei te realiseren en nieuwe kansen te ontdekken. Onze transparantie zorgt voor vertrouwen van de klant."

*Ernst Admiraal*



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,91

"We focussen ons op het neerzetten van converterende platformen en slimme online marketingcampagnes die zorgen voor tastbaar resultaat. Of het nu gaat om meer offerte aanvragen of verkopen in je webshop van

resultaat worden we oprecht blij! We maken gebruik van slimme tools zijn uniek in onze 100% transparante aanpak en kraakheldere communicatie. Daarin kunnen we onze klanten volledig ondersteunen."

*Michael Janssens*



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,77

"Webleads werkt voor organisaties waarvoor online resultaat cruciaal is. We laten ze ervaren dat de juiste combinatie van techniek, marketing en design leidt tot het beste resultaat. Dit doen wij op onze eigen wijze.

Persoonlijk. Betrokken en resultaatgericht. Kortom, een bureau met een gewaardeerde werkwijze, dat opdrachtgevers helpt bij het realiseren van hun online ambitie."

*Mathijs Kroes*



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,07

"Bij Websteen maken we maatwerk websites en webapplicaties. We beginnen altijd met goed luisteren. Hierbij is het motto: kan niet, bestaat niet. Samen komen we tot doordachte, geïntegreerde online oplossingen waarmee jouw organisatie in staat is om de ambities echt waar te maken. Op Websteen kun je bouwen."

*Roy Jongerden*



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,44

"Bij Wedigify ligt de focus op een goed doordachte business case, afgestemd op specifieke doelen van winstgevendheid en groei. Met onze Rotterdamse mentaliteit geloven we in teamwork om altijd voorop te blijven. Als jouw digital partner en Magento-specialisten brengen we ideeën tot leven, van advies tot realisatie, met vernieuwende oplossingen die e-commerce platformen versterken en duurzame resultaten opleveren."

*Patrick Verhoeks*



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,17

"Wij vinden, vertalen en verbeelden de strategie en ambitie van merken en organisaties met vernieuwende creatieve concepten en producties, waarmee we verwonderen in het hart van de technologie, creatieve

communicatie en toegepaste innovatie voor het grote publiek."

*Bas Uytendhouwen*



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,29

"Wemessage levert niet alleen websites, online marketingstrategieën en totaaloplossingen van hoge kwaliteit, maar staat er vooral om bekend dé strategisch partner van onze opdrachtgevers te zijn. We zijn verbonden en

betrokken bij de dieptepunten én successen van onze klanten en streven ernaar samen verder te bouwen aan hun organisatie."

*Danny Kosmeijer*



Gemiddelde klanttevredenheid: 8,53

"MEO onderscheidt zich door ongezien talent in te zetten en geen concessies te doen in klantgerichtheid. Onze integrale aanpak zorgt voor langdurige samenwerkingen en echte ontzorging, waardoor we zowel impact voor de klant als kansen voor ongezien talent creëren."

*Joost van der Burght*



Gemiddelde klanttevredenheid: 9,60

"Focus."  
*Alef de Jong*


**WUX**

 Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,25

"Onze websites, webshops en applicaties brengen jouw bedrijf voortdurend een stap verder. In uitstraling, vindbaarheid of in e-commerce. Weboplossingen moeten effectief zijn: wij beginnen nooit zomaar met

ontwikkelen. We stellen vooraf vast wat het beste is voor jouw bedrijf en jouw doelgroep. Ook na de livegang stoppen we niet en gaan we verder met analyseren en optimaliseren. Want we willen uitblinken in service!"  
*Yannick Vandelmans*


**Yelflow**

 Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,38

"Een persoonlijke klantreis leidt tot meer nieuwe klanten én loyalere bestaande klanten. Dát is wat wij realiseren voor onze opdrachtgevers door de inzet van CDP's, e-mail marketing, Google Ads en Meta Ads

maar ook SMS en Direct Mail."  
*Corné Hoogendoorn*


**Young Perfect**  
Your Food Your Business

 Gemiddelde  
klanttevredenheid: 8,47

"In 1990 gestart binnen foodmarketing en nu uitgegroeid tot hét omnichannel shopper marketing bureau van Nederland en België. Van creatie ontwikkeling tot aan uitvoering en zowel offline én online. Wij vullen de gehele shopper journey."  
*Jaap de Jong*


**M**

 Gemiddelde  
klanttevredenheid: 9,13

"We specialise in creating brands and digital experiences for fashion and technology pioneers."  
*Georgios Athanassiadis (Your Majesty)*

## Ook meedoen aan de FONK150 Best Agencies in 2025?

Bureaus die willen deelnemen aan de FONK150 Best Agencies 2025, kunnen zich aanmelden bij [nicolette@fonkmagazine.nl](mailto:nicolette@fonkmagazine.nl) onder vermelding van 'deelname bureau klanttevredenheidsonderzoek 2025'. Je ontvangt dan de volledige inschrijvingsformulieren. Kosten voor deelname aan het onderzoek bedragen €140,-.

Resultaten worden alleen in de jaaruitgave Red Alert gepubliceerd bij een berekend gemiddelde van 7,0 of hoger. Bureaus met een berekend gemiddelde van 8,0 of hoger maken kans op een positie in de veelbesproken FONK150 Best Agencies.

Opdrachtgevers van de bureaus werken mee op basis van anonimiteit.

Ook als de resultaten niet worden gepubliceerd, ontvangen bureaus op verzoek de uitslagen van het onderzoek (veldwerk door Multiscope) voor intern gebruik.

Bureaus die een positie in de FONK150 Best Agencies veroveren, ontvangen voor iedere jaargang het dan geldende beeldmerk Best Agency of the Year en kunnen intekenen op de bijbehorende Award en de spraakmakende FONK150 Best Agencies Award Party.

# DERDE KEER OP RIJ #1 VIDEOPRODUCTIE BUREAU



**GIG**  
CREATIVE FILM PRODUCTION

**PRODUCTION** FONK 150 #1

2022 ✓

2023 ✓

2024 ✓

ROLL	SCENE	SLATE	TAKE
	1	1	3

DATE \_\_\_\_\_ DAY NIGHT | INT EXT | MOS SYNC \_\_\_\_\_

FILTER \_\_\_\_\_ FPS \_\_\_\_\_

**GOED VERHAAL.**

## GOED VERHAAL.



Met **strategie** en **storytelling** als startpunt, zodat niet alleen je oma en de lokale volleybalclub je verhaal kennen. Samen raken we de doelgroep in het **hart**. Versterken je **merk**.  
Maken het verschil in de **details**. Zodat je niet alleen **gezien**, maar ook **begrepen** wordt.  
De ene keer met mooie complexiteit, de andere keer vernuft simpel.  
Waarbij anderen tegen jou zeggen: **goed** verhaal.

Wat is jouw verhaal? [info@gig.nl](mailto:info@gig.nl)





**yourfellow** Gemiddelde klanttevredenheid: 9,50

"Wij zijn meer dan een digitaal marketingbureau; we zijn een verlengstuk van onze klanten. We werken nauw samen en begeleiden hen naar digitale groei. Onze missie is om bedrijven te helpen hun digitale potentieel te realiseren met op maat gemaakte, resultaatgerichte oplossingen, en een focus op samenwerking en innovatie."

*Michael Oomen*



**yourstyle** Gemiddelde klanttevredenheid: 8,31

"Wij hebben een fullservice aanpak van strategie tot uitvoering. Gefocust op resultaat. Zo bereiken wij de doelen van onze opdrachtgevers, dat noemen wij: #samensuccesvol."

*Adwin van Trigt*



**Y** Gemiddelde klanttevredenheid: 8,68

"Yune maakt merken menselijker via social content, video en design. Alleen authentieke merken raken en binden consumenten effectief. Traditionele reclame werkt niet meer; campagnes moeten puur en menselijk zijn, gebaseerd op de behoeften en gedragingen van consumenten, en starten bij inzichten uit kern-, groeps- of nichecommunities."

*Thijs Jaski (Yune)*



**ZUID agency group** Gemiddelde klanttevredenheid: 8,28

"ZUID Agency Group heeft de manier van samenwerken met opdrachtgevers radicaal vernieuwd: een partnershipmodel dat onze opdrachtgevers én onszelf scherp houdt, zodat we alles in het werk kunnen stellen om hun ambitie te behalen. Niet voor één opdracht, maar in een jarenlange samenwerking."

*Mathieu Hermans*

## Hoe de FONK150 Best Agencies is samengesteld

De Lijst, ofwel de FONK150 Best Agencies 2024 wordt aan de hand van 30 jaar onderzoekservaring op het gebied van bureaureputaties en bureauklanttevredenheid door de redactie van FONK samengesteld op basis van de volgende parameters:

- Resultaat bureau klanttevredenheidsonderzoek (gemiddeld 8 of hoger)
- Zichtbare durf te vernieuwen
- Klantenlijst die ertoe doet

- Zichtbaar en gepassioneerd ondernemerschap
- Positieve zichtbaarheid in de media

Het SAN Bureau van het Jaar en de winnaar SAN New Kids on The Block weten zich, indien aangemeld voor het onderzoek, altijd verzekerd van een positie in de FONK150.

Als een bureau nèt niet het gemiddelde van 8+ weet te realiseren, maar wèl aan de andere 4 criteria voldoet, kan de redactie overwegen dit bureau eenmalig van een wildcard te voorzien.



Kennis opdoen in 28 turbotalks

# Maak kennis met de beste bureaus van Nederland

Nederland is de thuisbasis van ontzettend veel bijzondere, unieke, opmerkelijke, grote(re) en kleine(re) bureaus met evenzoveel verschillende vaardigheden. Als opdrachtgever heb je een eindeloze hoeveelheid keuzemogelijkheden en daarmee doemt tegelijkertijd keuzestress op. Wie zijn er nou ècht goed en waarom? Het beste antwoord is te vinden in wat de opdrachtgevers van al die bureaus zèlf van hun bureau vinden. En welke in Nederland opererende bureaus hebben dan eigenlijk de meest tevreden opdrachtgevers? FONK magazine vroeg marktonderzoekbureau Multiscope dat voor het 30<sup>e</sup> jaar op rij uit te zoeken in het Bureau-klanttevredenheidsonderzoek 2024. Na afronding van het veldwerk selecteerde de redactie per specialisatie een reeks bureaus die je als opdrachtgever op je netvlies moet hebben staan. Lees op de volgende pagina's wat het management van deze bureaus beweegt in 28 turbotalks.



**Bureau:** ACT.agency  
**Wie:** Kiki Maaskant  
**Gemiddelde klanttevredenheid:** 9,02  
**Specialisatie:** Content Creation

### *AI en menselijke creativiteit in balans*

**Kiki Maaskant:** 'Het afgelopen jaar hebben we veel gesprekken gevoerd met marketeers en brand managers. Een van de grootste uitdagingen die zij aangaven, is het consistent uitdragen en bewaken van hun merk over verschillende kanalen. Bij grote merken werken veel mensen en bureaus aan het merk, waardoor consistentie lastig te waarborgen is.

Met ACT.onbrand maken we het makkelijker en sneller voor merken om on-brand assets te controleren en te creëren. Deze AI-tooling is volledig whitelabelled en kan naadloos worden geïntegreerd in een bestaande brandportal. De eerste pilots bij grote merken zijn inmiddels gestart en we zien veel potentie in deze tooling.'

*Met het oog op 2025: wat worden volgens jou de hete hangijzers in marcom en wat is jullie antwoord daarop?*

'We zien de potentie van AI en omarmen dat volledig. We zijn ons ervan bewust dat bestaande bureauproposities onder druk komen te staan door AI en willen dit graag voorblijven. Tegelijkertijd beseffen we dat menselijke creativiteit altijd een onderscheidende factor zal blijven in ons werk.

Deze twee werelden moeten we op een slimme manier combineren door van beide de toegevoegde waarde te bewijzen. Daarom hebben we de ACT.onbrand-tooling ontwikkeld. Om de kwaliteit van het werk te verhogen en tegelijkertijd, waar nodig, efficiencyvoordelen te behalen.'

*Hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?*  
 'Achtien maanden geleden zijn we gefuseerd tot ACT.agency met een nieuwe propositie: We bring Advertising, Content and Technology together. Dat betekent dat we in achttien maanden tijd personeel, klanten en leveranciers in een nieuwe organisatie moesten krijgen, met een nog beter serviceniveau. Dat dit nu al gelukt is, maakt ons allemaal ontzettend trots. Dit onderstreept dat onze propositie werkt.'

### **Recept voor een succesvolle klant/bureaurelatie**

'We vinden het belangrijk om feeling te houden met de ontwikkelingen bij onze klanten. Daarom kiezen wij ervoor om enkele dagen per maand intern bij onze klanten te zitten. Zo weten we altijd wat er speelt en kunnen we onze klanten nog beter servicen en echt proactief handelen.'

**Bureau:** ASEGA Creative Agency  
**Wie:** Frank van Bergen  
**Gemiddelde klanttevredenheid:** 9,09  
**Specialisatie:** Content Creation

### *Creatief, authentiek en menselijk*

*Op welke manier hebben jullie de aanpak & werkwijze van jullie bureau het afgelopen jaar geoptimaliseerd en daardoor (nog) relevanter gemaakt?*

**Frank van Bergen:** 'Het team is op diverse manier aan de slag gegaan om zich van de beste creatieve manier te laten zien. Zo hebben we, om nieuwe technieken, storytelling en productieskills te trainen, een onafhankelijke korte film gemaakt. Deze film (Outside) is inmiddels geselecteerd voor 20 (internationale) filmfestivals en is in de prijzen gevallen. Een tweede korte film is in de maak, waarvoor ons team wederom alle registers opentrekt in de productie. Daarnaast zijn ook dit jaar alle mogelijkheden met betrekking tot AI verder verkend en waar mogelijk toegepast.'

*Met het oog op 2025: wat worden volgens jou de hete hangijzers in*

*marcom en wat is jullie antwoord daarop?*

'Ook in 2025 wordt de marketingwereld sterk beïnvloed door AI. Het helpt ons enerzijds bij contentproductie, klantanalyses, ondersteuning in design en editing en campagne-optimalisatie. Voor wat betreft creatie zullen bedrijven, waaronder onze klanten, ook zelf steeds vaker tools gaan testen, met wisselend succes. Consumenten worden steeds bewuster van authenticiteit, bewuster van hun aankopen en verwachten transparantie van merken.

Meta suggereert bijvoorbeeld dat merken millennials en Gen Z beter kunnen bereiken door authentieke, vaak met de mobiele telefoon opgenomen video's te gebruiken die authentiek en menselijker aanvoelen.

Nieuwe generaties Duurzaamheid, ten slotte, is en blijft voor onze klanten en hun toeleveranciers een hot topic.'

*Tot slot: hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?*

'Ontzettend goed! Ons team heeft er

keihard aan gewerkt om deze prestatie te behalen en is dan ook ontzettend trots.'

#### **Recept voor een succesvolle klant/bureaurelatie**

'ASEGA werkt in veel gevallen voor de klant als een verlengstuk van de marketingafdeling. Dit betekent dat we in de hele lijn meedenken, adviseren en produceren. We zijn benaderbaar, denken mee met de klant en zijn erg flexibel wanneer het gaat om het halen van vaak korte deadlines. Door korte lijntjes te hebben met onze klanten, kan er snel geschakeld worden. Wij vinden het daarom ook belangrijk om – ongeacht de afstand – bereikbaar te zijn en waar gewenst fysiek aanwezig te zijn bij de klant om zo te zorgen voor een uitstekende service. Klanten vinden het prettig om bij ons op kantoor te komen, te sparren met het team en zo van elkaar te leren en elkaar te inspireren.'

**Bureau:** Bolden  
**Wie:** Alonzo Euphrosina  
**Gemiddelde klanttevredenheid:** 9,08  
**Specialisatie:** Design

### *Best of both worlds*

*Op welke manier hebben jullie de aanpak & werkwijze van jullie bureau het afgelopen jaar geoptimaliseerd en daardoor (nog) relevanter gemaakt?*

'We zijn details uit onze aanpak meer gaan benoemen. Neem bijvoorbeeld onze "nieuwe" CXO service. Customer Experience Optimization is voor ons hygiëne, maar onze klanten wisten vooraf niet dat we daar rekening mee houden in onze designs. Als service is dat nu duidelijker en bieden we meetbare (!) meerwaarde als design agency.'

*Met het oog op 2025: wat worden volgens jou de hete hangijzers in marcom en wat is jullie antwoord daarop?*

'Nu AI overal omarmd wordt, ook bij ons natuurlijk—zijn de budgetten logischerwijs wat scherper. We kunnen met AI sneller en meer creëren, maar óók onze klanten overtuigen door te laten zien dat AI in handen van experts altijd meer oplevert dan in handen van niet-

experts. Best of both worlds dus.

En sinds we Framer Enterprise partner zijn geworden kunnen we meer bieden als designers: het lanceren van no-code, maar snelle en visueel sterke landingspagina's en eenvoudige websites!'

*Hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?*

'We zijn bijzonder trots om voor het vijfde opeenvolgende jaar in de FONK150 te staan en zeker met zo'n score—op naar de 10 jaar!'

#### **Recept voor een succesvolle klant/bureaurelatie**

'Transparantie. Dat begint al door na een prettige kennismaking een ballpark te maken en pas na een deepdive in het project met een workshop tot een realistische cq strategische scope te komen die vaak uit fasen bestaat —en zodoende een langere, vruchtbare samenwerking oplevert'





Dtch.  
Digitals

# Wij maken jouw bedrijf **online** succesvol.



Voor het  
tweede jaar op  
rij nummer 1!

[dtchdigitals.com](https://dtchdigitals.com)





**Bureau:** BOOM Strategie & Communicatie  
**Wie:** Hans van den Boom  
**Gemiddelde klanttevredenheid;** 9,75  
**Specialisatie:** business to business

### *Duurzame vooruitgang voor mens, organisatie én omgeving*

**Hans van den Boom:** 'De wereld wordt steeds complexer. We staan als maatschappij voor allerlei transitievraagstukken. De impact van grote ontwikkelingen zijn voor organisaties lastig te overzien. Denk aan de potentie van AI, veranderende wereldbeelden van nieuwe generaties en transparante communicatie over duurzaamheid. Waar een klantvraag eerst afgebakend was, zoeken opdrachtgevers daarom nu steeds meer een integrale aanpak waarbij ook strategie en toekomstgerichte keuzes een grotere rol spelen. Onze opdrachtgevers zien dat de rol van communicatie daarmee ook verandert. De communicatieafdeling is niet langer simpelweg een uitvoeringsloket. Als de voelsprietten - intern én extern – hebben wij een cruciale rol om o.a. te signaleren, agenderen en adviseren. Voor veel organisaties is het een uitdaging om die switch te maken.'

*Op welke manier hebben jullie de aanpak & werkwijze van jullie bureau het afgelopen jaar geoptimaliseerd en daardoor(nog) relevanter gemaakt?*

'Als bureau voor strategie en communicatie werken we met onze klanten aan maatschappelijke vraagstukken, geven we richting aan veranderingen en zetten we organisaties in beweging. Onze way-of-work kent daarin drie delen:

- **Verhelder** - Zien waar de uitdagingen liggen. We scheppen overzicht en maken scherpe keuzes. We brengen strategie tot uitvoering zodat onze klanten én de maatschappij vooruitgang boeken.
- **Verbind** - Buiten met binnen, top met werkvloer. We gaan de dialoog aan. En brengen mensen in beweging

voor een inspirerend doel. We zorgen dat strategie en beleid duidelijk zijn, met oog voor samenhang.

- **Versnel** - Laten denken en doen hand in hand gaan. We doorbreken impasses en hebben het lef om door te pakken zodat we samen doelgericht stappen vooruitzetten.

Zo werken we samen aan duurzame vooruitgang. Voor mens, organisatie én omgeving.

*Hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?*

'Daar zijn we natuurlijk enorm trots op. Afgelopen jaar vierden we ons 30-jarig jubileum en hebben we dit feest afgesloten met het kennisevent 'Organisaties in transitie' (met inspirerende sprekers zoals Jan Rotmans en Alex Groeneveld). Dat onze klanten ons ook dit jaar zo sterk waarderen, doet ons natuurlijk niets anders doen goed.'

#### **Recept voor een succesvolle klant/bureaurelatie**

Een succesvolle samenwerking gaat niet alleen over het beste uit het bureau halen. Het gaat net zo goed over het meeste uit elkaar halen. Vier tips daarvoor zijn:

1. **Werk als partners:** Je haalt de meeste waarde uit de samenwerking wanneer je het ziet als een partnerschap, waarbij je elkaar betreft in de kansen en de uitdagingen.
2. **Creëer vertrouwen:** Vertrouwen is de sleutel tot creatieve vrijheid. Vind de balans tussen elkaar durven uitdagen en ruimte bieden om kritisch mee te denken.
3. **Wees betrokken:** Waardeer elkaars inspanningen en vier successen. Oprechte betrokkenheid zet de deur open voor effectieve samenwerking.
4. **Gelijkwaardig:** Door als gelijkwaardige partners te opereren, leer je van elkaar, deel je verantwoordelijkheid en creëer je oplossingen die standhouden op lange termijn.

Bureau: Brand Creatives

Wie: Benn Bus

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,74

Specialisatie: Full service

### *'In 2025 is AI vanzelfsprekend'*

*Op welke manier hebben jullie de aanpak & werkwijze van jullie bureau het afgelopen jaar geoptimaliseerd en daardoor(nog) relevanter gemaakt?*

**Benn Bus:** 'We hebben onze propositie als one-stop-shop verder weten uit te breiden met meer specialisaties. Daarnaast hebben we ons het afgelopen jaar gericht op onze interne processen om nog efficiënter te kunnen werken.'

*Met het oog op 2025: wat worden volgens jou de hete hangijzers in*

*marcom en wat is jullie antwoord daarop?*

'AI is in 2025 niet langer nieuw, maar vanzelfsprekend. Creatieprocessen zullen verder worden geautomatiseerd, wat leidt tot lagere productiebudgetten. In 2025 is het als bureau niet meer "leuk" om te benoemen dat je wat met AI doet, het moet onderdeel zijn van je dagelijkse work-around. Het speelkwartier is voorbij.'

*Tot slot: hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?*

'Dit is het tweede jaar op rij dat wij ons nummer één mogen noemen in onze categorie full service. Een prestatie waar we ongelooflijk trots op zijn en die voor een bureau met onze omvang erg belangrijk is.'



#### **Recept voor een succesvolle klant/bureau relatie**

'Klanten hechten veel waarde aan het trackrecord van een bureau, wat logisch is. Echter, de chemie met een bureau is minstens zo belangrijk. Alleen met de juiste chemie kun je echt samen accelereren. Kortom; Minder pitches, meer chemistry meetings.'

Bureau: DartDesign

Wie: Sebastiaan van Rijnsoever

Gemiddelde klanttevredenheid: 8,95

Specialisatie: Branding

### *Samen de wereld een stukje mooier maken*

*Op welke manier hebben jullie de aanpak & werkwijze van jullie bureau het afgelopen jaar geoptimaliseerd en daardoor(nog) relevanter gemaakt?*

**Sebastiaan van Rijnsoever:** 'We focussen nog meer dan voorheen op het maken van communicatie-impact voor onze opdrachtgevers. Dus minder nadruk op WAT we maken, maar meer op WAAROM we het maken en hierop onze dienstverlening en output optimaliseren.'

We werken weer meer in teams. Dit voelt soms minder efficiënt omdat je meer mensen op een opdracht laat werken, maar het leidt tot betere oplossingen en is bovendien veel leuker voor onze mensen.'

Organisaties worstelen met de eisen die aan hen gesteld worden op gebied van Duurzaamheid. Wij adviseren en ontzorgen hierin, we proberen van een verplichting een kans te maken, we helpen om hierin een solide en bij het merk passend verhaal te bouwen en dit naar buiten te brengen.'

*Met het oog op 2025: wat worden volgens jou de hete hangijzers in marcom en wat is jullie antwoord daarop?*

'Budgetten zullen verder onder druk komen te staan: risico is dat daarmee de kwaliteit van communicatie en branding onder druk komt te staan. Wij proberen binnen de middelen die er zijn het beste product te leveren, maar zijn ook heel eerlijk in het adviseren om

iets niet te doen als het budget echt te beperkt is. AI is een disrupter, zeker ook in onze wereld. Ik denk dat het fout is om te denken dat AI alles overneemt. We zullen de juiste balans moeten vinden tussen de unieke kwaliteiten die wij als mensen hebben en de kansen die automatisering biedt 'on top off'. Deze reis is pas begonnen.'

Ik denk en hoop dat organisaties en merken in toenemende mate gevraagd worden om hun 'maatschappelijke gezicht' te tonen, sociaal relevant te zijn, actief mee te helpen om de wereld een stukje mooier te maken. Iedere organisaties heeft dit intrinsiek in zich. Wij staan klaar om hierin te ondersteunen!

*Tot slot: hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?*

'Voor ons is dit een belangrijke reden waarom we doen wat we doen: toffe samenwerkingen aangaan, opdrachtgevers ontzorgen, helpen en verder brengen in het realiseren van hun doelen. Mijn team is supertrots dat het harde werk, de passie die wij dagelijks erin steken, gezien en gewaardeerd wordt. Hulde aan al onze opdrachtgevers!'

Recent werk via [www.dartdesign.nl](http://www.dartdesign.nl)

#### **Recept voor een succesvolle klant/bureaurelatie**

'HET recept bestaat niet. Overall is het denk ik niet anders dan de relatie met je liefje: goed naar elkaar luisteren, tijd voor elkaar maken, attent en lief zijn voor elkaar en de (creatieve) spanning erin houden.'





**Bureau:** Digital Growth Agency  
**Wie:** Eelco van den Hoek  
**Gemiddelde klanttevredenheid:** 9,60  
**Specialisatie:** Digital

### *Samen één*

*Op welke manier hebben jullie de aanpak & werkwijze van jullie bureau het afgelopen jaar geoptimaliseerd en daardoor(nog) relevanter gemaakt?*

**Eelco van den Hoek:** 'Dit jaar hebben we gezorgd dat onze propositie duidelijker is dan ooit:

1. We hebben alles in huis: Om snel te kunnen schakelen en wendbaar te blijven, werken we met multidisciplinaire teams. In één team zitten technische experts, data-architecten en creatievelingen, wat ons helpt om zonder oogkleppen te opereren en snel resultaten te behalen.

#### **Recept voor een succesvolle klant/bureau relatie**

'Snelheid is essentieel in onze samenwerking met klanten. Zorg ervoor dat je altijd direct reageert, zelfs als je nog niet meteen een volledig antwoord hebt. Dit creëert vertrouwen en houdt het proces wendbaar. Ons team staat altijd klaar om direct actie te ondernemen, wat cruciaal is voor een effectieve samenwerking.'

2. Samen vormen we één team: We geloven in het opbouwen van kennis bij de klant. Vaak hebben klanten al een marketingteam, en samen vormen we één geïntegreerd team waarin wij de expertise aanvullen die nog ontbreekt.
3. Door ervaring leveren we kwaliteit: Uitmuntende marketing vereist ervaren specialisten. Onze ervaring stelt ons in staat om snel het speelveld te overzien, je doelgroep te begrijpen en onderscheidende campagnes te creëren. We kennen de juiste kanalen en zorgen voor een sterke uitvoering.'

*Met het oog op 2025: wat worden volgens jou de hete hangijzers in marcom en wat is jullie antwoord daarop?*

'De complexiteit in de digitale wereld blijft toenemen, er zijn tal van contentvormen, kanalen, doelgroepen en journeys mogelijk. Zeker nu AI een grotere rol speelt. Dit verhoogt de instapdrempel voor marketeers en maakt het behalen van resultaat voor klanten uitdagender. Ons antwoord hierop is dat we blijven investeren in veelzijdigheid en diepgaande expertise. We zetten vol in op ervaring en sterk ontwikkelde specialisaties, zodat we klanten kunnen helpen succesvol te navigeren door deze complexe digitale wereld.'

*Tot slot: hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?*

'We vroegen ons vooral af wie ons geen 10 heeft gegeven! Maar zonder gekheid, we zijn ontzettend blij met deze waardering. Klanttevredenheid is voor ons de mooiste erkenning, en het motiveert ons om dagelijks ons best te doen en onze aanpak verder te blijven verbeteren.'



**Bureau:** Dtch.Digitals

**Wie:** Luuk Rauwhorst

**Gemiddelde klanttevredenheid:** 9,84

**Specialisatie:** Digital

### *Inzetten op kwantitatieve doelstellingen*

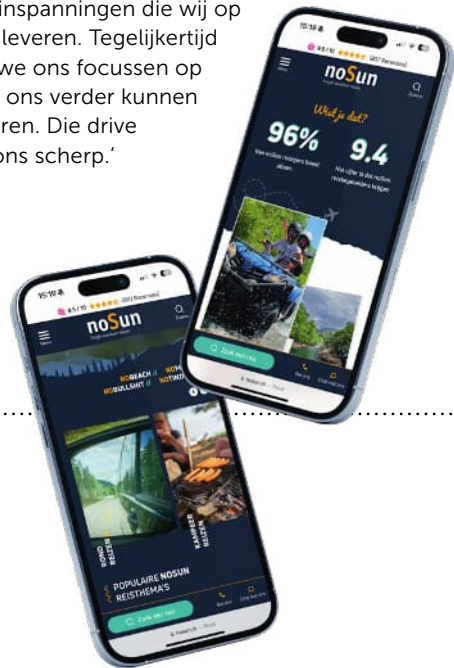
**Luuk Rouwhorst:** 'Met onze roots in 1973 hebben we al veel meegemaakt en kennen we het klappen van de zweep. We weten wat werkt en hebben ondervonden wat niet werkt, zowel voor onze klanten als voor onszelf. In de huidige tijd - waarbij marges onder druk staan, de economie in de krimp zit en er voor veel (e-commerce) bedrijven elke dag concurrenten bijkomen - moet je als bureau optimaliseren en relevantie toevoegen. Dat doen wij door als allereerste stap in de samenwerking in te zetten op kwantitatieve doelstellingen: omzetgroei, hogere verkoopaantallen, nieuwe leads, hogere conversiepercentages of een stijging van naamsbekendheid en daar een plan op maat voor te maken.'

**Met het oog op 2025: wat worden volgens jou de hete hangijzers in marcom en wat is jullie antwoord daarop?**  
 'Alles ademt AI, een ontwikkeling die echt een vlucht heeft genomen. Als bureau kun je er niet omheen om je werk op een efficiëntere manier vorm te geven en hierbij AI echt als collega te zien. Niet een tool, maar een collega die met jou meedenkt, je handvatten geeft en omslachtige repetitieve taken voor jou kan uitvoeren in een fractie van de tijd. Op die manier kun je als bureau tijd vrijmaken voor het creatieve strategisch meedenken, iets dat een AI-tool uit zichzelf niet kan. Daarnaast valt en staat alles met data en de manier waarop je die als bedrijf op een privacygevoelige manier verzamelt. First party cookies zijn belangrijker dan ooit, maar ook moeilijker te verkrijgen. In 2025 (en daarna) zul je dus in moeten zetten op serverside tracking en dataverzameling op een correcte manier.'

**Tot slot: hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?**

'We zijn er ontzettend trots op dat we de lijn van de afgelopen jaren hebben weten door te zetten en het een

structureel karakter laat zien. We werken er dag in dag uit hard aan om elke dag een stapje beter te zijn dan gisteren. Dit is een bevestiging van de inspanningen die wij op dit vlak leveren. Tegelijkertijd blijven we ons focussen op hoe we ons verder kunnen verbeteren. Die drive houdt ons scherp.'



### **Recept voor een succesvolle klant/bureau relatie**

'Het zit hem al in het woord samenwerking. Want alleen als je samenwerkt kun je online groeien. Als bureau zitten wij daarom altijd naast de opdrachtgever, als onderdeel van het team, niet er tegenover. We zetten in op een informele relatie, waar we transparant werken en elkaar van feedback kunnen voorzien zonder oordeel en kaders. Juist door je in je klanten te verplaatsen, zo intens samen te werken en de door hen beschikbare budgetten als je eigen geld te zien, maak je de juiste keuzes en heb je de ultieme klant/bureau relatie die écht waarde toevoegt.'

Bureau: Duizenddingen - Creative Agency  
 Wie: Dabbe van den Brand  
 Gemiddelde klanttevredenheid: 9,41  
 Specialisatie: Content Creation

### *Het gaat om storytelling die écht raakt*

**Dabbe van den Brand:** 'Bij Duizenddingen hebben we dit jaar onze werkwijze geoptimaliseerd om nog relevanter te zijn voor onze klanten. We kijken verder dan het simpelweg maken van video's en analyseren wat écht werkt voor de doelgroep. Door contentmodellen in te zetten, ontwikkelen we lagen van content die elkaar versterken en perfect aansluiten op de verschillende fasen van de customer journey. Tegelijkertijd investeren we in technologieën zoals AI en innovatieve beeldtechnieken om onze creatieve impact te vergroten. Deze geïntegreerde aanpak zorgt voor sterkere klantrelaties en campagnes die écht resoneren bij de doelgroep.'

*Met het oog op 2025: wat worden volgens jou de hete hangijzers in marcom en wat is jullie antwoord daarop?*

'De inzet van AI in marketing zal verder toenemen, maar consumenten hechten juist meer waarde aan authenticiteit, menselijke verhalen. Onze aanpak is

om AI in te zetten als hulpmiddel om processen te versnellen, terwijl we ons blijven richten op storytelling die écht raakt en aansluit bij de waarden van onze klanten. Daarnaast voeren we "the war for attention". De aandacht van de consument raakt steeds meer verdeeld over verschillende kanalen. Daarom zetten wij in op een contentmarketingstrategie, waarbij we media ontwikkelen in lagen. Zo zorgen we dat elk stukje content perfect aansluit bij het platform en de fase van de klantreis, van korte TikTok-snacks tot diepgaande merkverhalen.'

*Hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?*

'Wij zijn MEGA trots op onze klantwaardering en het klinkt cliché maar dat is echt waar we het allemaal voor doen. Mooie dingen maken met als resultaat happy klanten.'

#### **Recept voor een succesvolle klant/bureau relatie**

'Goed luisteren naar je klant, écht luisteren naar waar de behoefte ligt en daarna je klant goed meenemen in het advies wat je voor ze hebt.'





**Bureau:** Featly

**Wie:** Patrick Horstman

**Gemiddelde klanttevredenheid:** 9,25

**Specialisatie:** Media

### *Balans bewaren*

*Op welke manier hebben jullie de aanpak & werkwijze van jullie bureau het afgelopen jaar geoptimaliseerd en daardoor(nog) relevanter gemaakt?*

**Patrick Horstman:** 'Naast onze werkwijze als 'meest onafhankelijke bureau van Nederland' gebruiken we steeds meer data en wetenschappelijk marketing onderzoek om onze adverteerders door het nog steeds verder fragmenterende medialandschap te navigeren. We helpen hen ook om de balans tussen branding en direct response optimaal te bepalen. Hiermee zorgen we voor zowel korte als lange termijn resultaten. Er moet namelijk ook gezaaid worden zodat je in een later stadium door kunt gaan met oogsten.'

*Met het oog op 2025: wat worden volgens jullie de hete hangijzers in marcom en wat is jullie antwoord daarop?*

'Ook in 2025 blijft het belangrijk om de balans tussen branding en direct response gezond te houden zodat ieder merk toekomstbestendig blijft. We noemen dit bewust direct response en niet performance omdat dat doet lijken alsof branding niet voor performance werkt. Terwijl juist die gezonde balans voor optimale performance zorgt. Daarnaast zal bijv. ook de technologie zoals AI en machine learning zich door ontwikkelen waarbij we de waarde van menselijke

logica niet moeten onderschatten.'

*Hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?*

'Naast dat we natuurlijk ontzettend trots zijn op onze nummer 1 positie vinden we deze waardering vooral waardevol omdat we dit vanuit onze adverteerders hebben gekregen. Sinds de start van Featly Media werken we al ontzettend prettig en open samen met onze adverteerders maar dit is wel een kroon op ons harde werk. We zien het dan ook als een bevestiging dat onze visie zorgt voor succesvolle resultaten in combinatie met positieve relaties met onze adverteerders. Die we ook graag enorm willen bedanken voor deze fantastische klantwaardering.'

#### **Recept voor een succesvolle klant/bureau relatie**

'Wij zijn Featly Media specifiek gestart omdat we onze visie niet terugzagen in de markt. Wij hebben geen aandeelhouders en werken nooit met kickbackdeals. Daardoor gaan alle kortingen rechtstreeks naar de adverteerder en kunnen wij altijd een 100% onafhankelijk advies geven. Die eerlijkheid draagt bij aan een betrouwbare en langdurige relatie. Daarnaast werken wij altijd met korte lijnen en zorgen we ervoor dat we adverteerders alle tijd en aandacht geven. Dat zijn kernwaarden in onze Featly Values die we nooit los zullen laten.'

Bureau: Finally an Agency

Wie: Lisette Samplonius, founder & managing director

Gemiddelde klanttevredenheid: 9,68

Specialisatie: full service

### 'Creatief curatorschap is belangrijker dan ooit'

**Lisette Samplonius:** 'Om onze inhoudelijke groei van de afgelopen jaren vast te houden, zijn we begin dit jaar drie belangrijke trajecten gestart op het gebied van organisatie, projectmanagement en creatie.

Samen met Wouter Glaser van Go Delphi hebben we onze kernwaarden aangescherpt en de Rockefeller Habits geïmplementeerd. Daantje Dammers van de Account Academy heeft ons waardevolle handvatten gegeven om zowel onze klanten beter te bedienen als het creatieteam sterker te vertegenwoordigen. Daarnaast hebben we ons creatieteam versterkt met toptalenten, zodat we de vele mooie concept-gedreven vraagstukken kunnen blijven oppakken.

Deze drie pijlers zorgen ervoor dat we onze klanten compleet co-owner kunnen maken van alles wat we hier bedenken en ontwikkelen. Ze zijn daardoor finally ambassadeurs!

*Met het oog op 2025: wat worden volgens jou de hete hangijzers in marcom en wat is jullie antwoord daarop?*

'De reclamewereld zit midden in een revolutie. De razendsnelle, vaak moeilijk bij te houden ontwikkelingen op het gebied van AI zorgen ervoor dat klanten steeds meer in-house willen en kunnen oppakken: van beeld en tekst tot audio, zoals voice-overs en muziek.

Hoewel er in onze branche veel weerstand is, loont het om deze verandering te omarmen. Want creatief curatorschap is belangrijker dan ooit. Iedereen kan nu een poging doen om een cake te bakken, maar een écht mooie én heerlijke cake maken – dat blijft vakmanschap. Gelukkig consulteren klanten ons ook steeds vaker: onze expertise voedt hun AI-volwassenheid. Juist dankzij goede voorlichting verliezen we de creatieve kern niet. En we zien dat ze met de juiste AI-tools bijvoorbeeld beter kunnen brieven.

#### Recept voor een succesvolle klant/bureaurelatie

'Zet de deur open voor interessante en effectieve ideeën door oprecht nieuwsgierig te zijn. Werk drempeldenkers tegen door het Wat-als principe te hanteren. Natuurlijk, het is veel moeilijker om continu op zoek te gaan naar de mogelijkheden binnen de onmogelijkheden, maar het is ook veel lonender. Wijzelf hanteren drie kernvragen:

- 1: Wat als je geweldig werk maakt en geweldig bent om mee te werken?
- 2: Wat als je op zoek gaat naar wat niemand nog heeft gezien?
- 3: Wat als je het antwoord al hebt voordat de klant z'n vraag kan stellen?'

Een overkoepelend thema is authenticiteit. Nu de vraag "wat is echt?" steeds vaker opduikt, is het interessant om juist oprechtheid en rauwheid (weer) op een voetstuk te plaatsen.'

*Tot slot: hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?*

'Het was onwijs leuk om te zien dat het team die nummer één positie zag als een gezamenlijk succes; niet alleen mét de collega's, maar ook mét onze klanten. Aanstekelijkheid vermenigvuldigt zich wanneer het gedeeld wordt.'

#### Recent werk

Klant: Laphroaig

Case naam: Strong Characters

Klant: Codarts

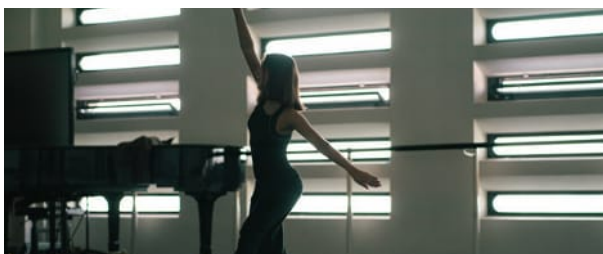
Case naam: Student Life

Klant: ECOstyle

Case naam: Tuinieren met diepgang

Klant: Stille Levens

Case naam: Zwijg hen niet dood



**Bureau:** GIG creative film prouction  
**Wie:** Maarten Verhey  
**Gemiddelde klanttevredenheid:** 9,88\*  
**Specialisatie:** Videroproduction

### *Dit is een goed verhaal*

*Op welke manier hebben jullie de aanpak & werkwijze van jullie bureau het afgelopen jaar geoptimaliseerd en daardoor(nog) relevanter gemaakt?*

**Maarten Verhey:** 'De markt is kritisch en vraagt om scherpte. Als video agency hebben we daarom dit jaar onze propositie aangescherpt naar 'Goed verhaal'. We zien dat de lijnen tussen strategie, creatie en uitvoering steeds meer vervagen. Video wordt voor veel merken een essentieel onderdeel van hun strategie. Klanten benaderen ons nu vaker als strategisch video partner om deze lagen met elkaar te verbinden – van videostrategie tot creatie en productie. Zo kunnen we de volgende stap zetten en zowel bureaus als merken versterken. Met onze focus op slim produceren, multi-asset delivery en de inzet van AI kunnen we efficiënt hoogwaardige content leveren die écht impact maakt. Deze aanpak zorgt ervoor dat we relevant blijven en nog meer waarde kunnen toevoegen voor onze klanten.'

*Met het oog op 2025: wat worden volgens jou de hete hangijzers in marcom en wat is jullie antwoord daarop?*

'Authenticiteit als merk blijft super belangrijk. AI heeft

een groot aandeel in de wildgroei van content op social media. De 'spamfilter' in ons brein wordt steeds beter in het filteren van ruis, maar als publiek willen we nog steeds vermaakt en geboeid worden. Oprechte interesse, geloofwaardigheid en authenticiteit worden daarin steeds relevanter.'

*GIG heeft de hoogste score in het 2024-onderzoek behaald. Hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?*

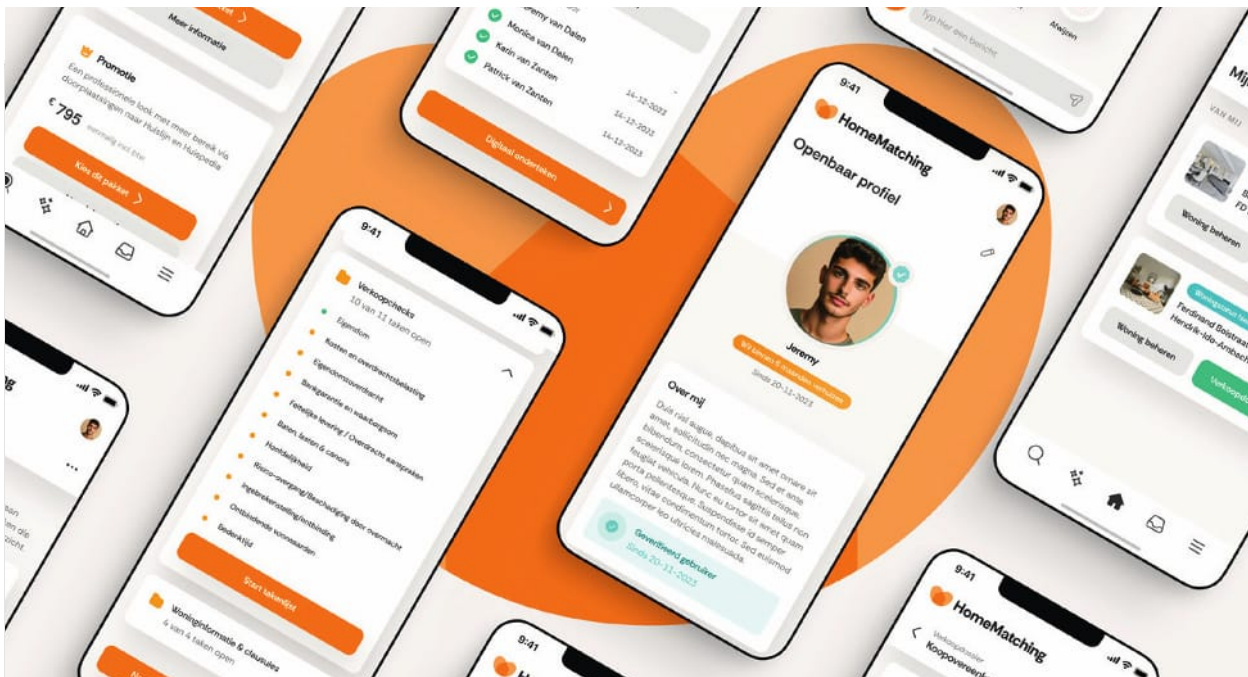
'Natuurlijk zijn we daar super blij mee, maar we willen wel nuchter blijven. Uiteindelijk zijn dit mooie veren die je ergens in kunt steken, maar gaat het om de impact die we maken voor onze klanten.'

**\*hoogste gemiddelde score in het onderzoek**

#### **Recept voor een succesvolle klant/bureau relatie**

'Een goede relatie werkt twee kanten op. Dat begint met goed luisteren, maar ook eerlijk tegen elkaar durven zijn. Vanuit GIG zijn we als filmmakers gewend om ons aan te passen aan een andere omgeving, maar gaat het wel om waarde vinden en toevoegen. Hierin zijn we vaak de creatieve en kritische sparringpartner, maar we zijn ook verrassend flexibel in de samenwerking en de relatie.'





**Bureau:** Gravity  
**Wie:** Anita Blankesteyn  
**Gemiddelde klanttevredenheid:** 9,12  
**Specialisatie:** Tech

### *De kracht van zelfsprekendheid*

*Op welke manier hebben jullie de aanpak & werkwijze van jullie bureau het afgelopen jaar geoptimaliseerd en daardoor(nog) relevanter gemaakt?*

**Anita Blankesteyn:** 'Wij werken vanuit het 'simplicity moves' principe. Dat houdt in dat wanneer je erin slaagt iets simpel te maken de adoptie aantoonbaar groter is en de overhead om het in gebruik te nemen minder. Als je erin slaagt iets vanzelfsprekend te laten zijn, voel je geen weerstand. Hier is onze naam ook van afgeleid, het zit in ons DNA en we optimaliseren dit continue door.'

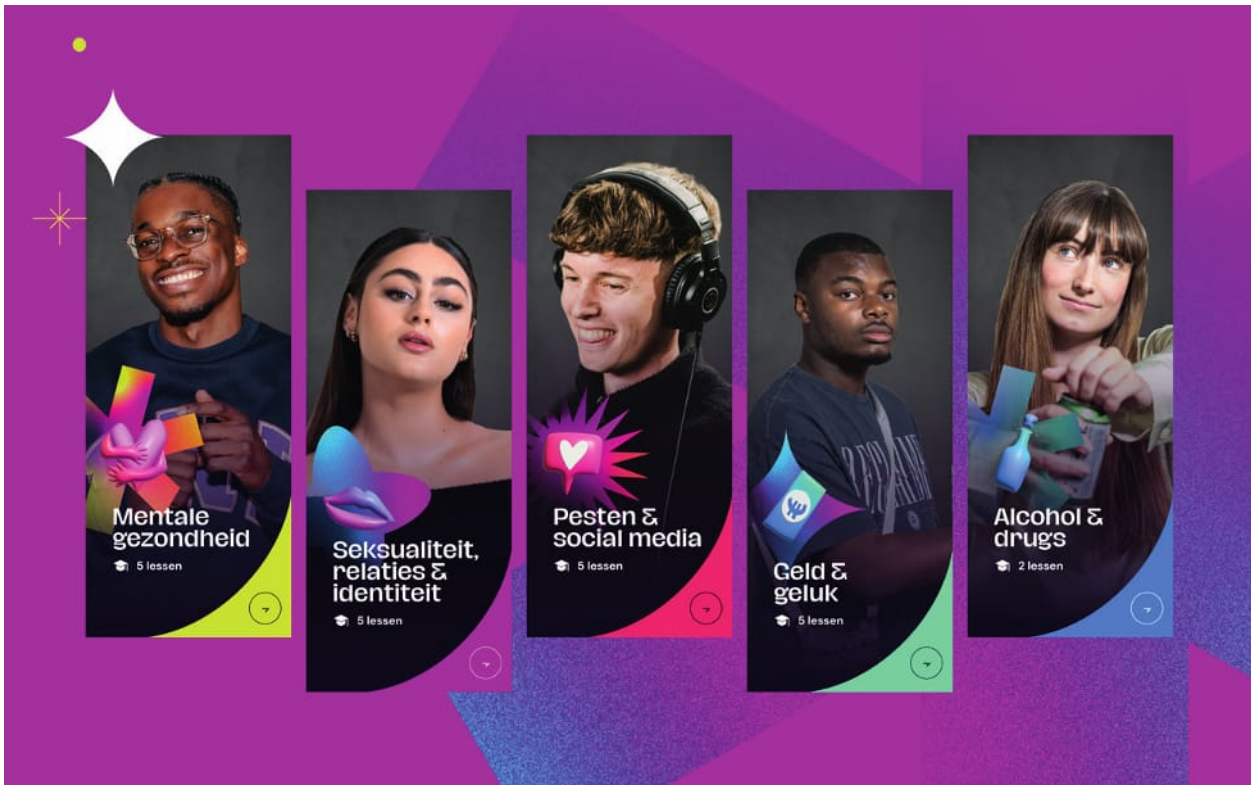
*Met het oog op 2025: wat worden volgens jou de hete hangijzers in marcom en wat is jullie antwoord daarop?*

'Bureaus worden niet langer ingehuurd om iets wat adverteerders en ondernemingen zelf niet kunnen. Zij hebben zelf meer specialisme in huis dan voorheen. Bureaus kunnen toegevoegde waarde leveren door bijvoorbeeld de regie te nemen, maar wel met een team dat bestaat uit een mix van klant en bureau. Het bureau heeft veel processen namelijk al gelopen en kan hier het verschil maken door de ervaring en learnings die zij al hebben opgedaan. Bureaus zijn gewend om snel te schakelen en in korte tijd veel waarde toe te voegen. Bij Gravity werken we al jaren op deze manier samen met onze klanten. We noemen dit blended teams. Zo hebben we al veel

organisaties echt duurzaam vooruitgeholpen.' *Hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?* 'Met applaus. En het is uiteraard gevierd! Zonder onze klanten kunnen wij onszelf niet bewijzen. Begin oktober kregen wij een verslag van drie klanten die buiten ons om als referent hebben opgetreden in een tender. Wat daarin geschreven stond, daar werd ik stil van. Dat klanten je ambassadeurs worden en zo blij zijn met de resultaten, daar ben ik ontzettend trots op. Wij staan te popelen om dit ook aan nieuwe ondernemers en teams te bewijzen.'

### **Recept voor een succesvolle klant/bureaurelatie**

'Het begint bij het uitschrijven van een goede briefing of RFP, waarbij je voor jezelf vooraf bepaalt welke onderdelen het meeste wegen in de bureaukeuze. Deze bevat bij voorkeur ook je verwachtingen in de samenwerking. Wij vinden dit prettig, zodat we kunnen zien welk DNA wordt gevraagd en of hierin overeenkomsten zijn. Synergie in de samenwerking is belangrijk. Selecteer maximaal 4 bureaus en laat je verrassen in het voorstel. Let daarbij goed op de wijze van communiceren, daar kun je veel uit afleiden. Natuurlijk is de aanpak, presentatie en een referentiecheck ook belangrijk. De tariefstelling is hierin niet langer leidend. Het maken van een verkeerde keuze is immers veel duurder, bovendien hanteren de meeste bureaus veelal dezelfde uurtarieven.'



Bureau: Henry Handsome  
 Wie: Roel Stevens, Fanny Morriën  
 Gemiddelde klanttevredenheid: 9,17  
 Specialisatie: Design

### Elk idee begint met ambitie

*Op welke manier hebben jullie de aanpak & werkwijze van jullie bureau het afgelopen jaar geoptimaliseerd en daardoor(nog) relevanter gemaakt?*

‘Voor ons is design een motor voor groei binnen organisaties. Dit vormt de kern van onze werkwijze: we streven naar een diepgaand begrip van de onderneming, haar medewerkers en alle betrokken stakeholders. Elke organisatie en elk idee begint met een ambitie, een drang om iets te verbeteren. Door die ambitie te visualiseren, brengen onze ontwerpen een verhaal tot leven dat men misschien al voelde, maar nog niet concreet had gezien.’

*Met het oog op 2025: wat worden volgens jou de hete hangijzers in marcom en wat is jullie antwoord daarop?*

‘De balans tussen performance marketing en branding moet verschuiven. Data is niet langer de heilige graal. Creativiteit is nu het laatste echte concurrentievoordeel. Zonder sterke creatie en design is succesvolle performance marketing niet mogelijk. In het verleden won de partij die de beste performance marketing kon opzetten en het beste talent daarvoor wist aan te trekken. Maar die kennis is inmiddels wijdverspreid. De kracht van creativiteit is vandaag de dag relevanter dan ooit.’

*Hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?*

‘Trots. Het maakt ons trots. Het bevestigt dat onze aanpak en inspanningen echt worden gewaardeerd. Voor ons is dit een enorme motivatie om door te gaan op dezelfde weg en ons verder te verbeteren. We zien het als een erkenning van het harde werk dat ons team dagelijks levert, en het geeft ons extra energie om onze klanten nog beter te blijven ondersteunen. We zijn dit bureau 8 jaar geleden gestart, ondernemen met een agency is een rollercoaster maar op sommige momenten geeft een heerlijke rush. Dit is zeker één van die momenten!’

#### Recept voor een succesvolle klant/bureau relatie

‘Ons recept draait om vertrouwen, wederkerigheid en wederzijdse waardering. Wij geloven dat een bureau niet slechts een leverancier is, maar een partner die samen met de klant naar succes streeft. De sleutel ligt in het opbouwen van een relatie waarin je elkaar tot grotere hoogtes brengt. Die energie is onbetaalbaar. Onze tip voor marketeers en brandowners is simpel: zie je bureau als een verlengstuk van je team, investeer in een relatie gebaseerd op respect en waardering. Niet alleen door middel van de formele verplichtingen, maar vooral door het erkennen van inzet en de waarde die ze toevoegen.’



**Bureau:** INOMA  
**Wie:** Daryl Baars  
**Gemiddelde klanttevredenheid:** 9,30  
**Specialisatie:** Business to Business

### Recht op het doel af

*Op welke manier hebben jullie de aanpak & werkwijze van jullie bureau het afgelopen jaar geoptimaliseerd en daardoor(nog) relevanter gemaakt?*

**Daryl Baars:** 'Wij hebben sterk ingezet op het verder uitsplitsen van iedere dienst in losse fases. Elke fase is zorgvuldig geanalyseerd, waarbij we duidelijk hebben vastgesteld wat goed werkt en wat verbeterd kon worden. Daarnaast hebben wij ook diensten afgestoten waar we simpelweg niet blij van werden.'  
*Met het oog op 2025: wat worden volgens jou de hete hangijzers in marcom en wat is jullie antwoord daarop?*

'De veranderingen die nu in Google gaande zijn. Op dit moment zien wij een toename in het vertonen van webshops. Hierdoor worden veel bedrijven gedwongen na te denken over hoe ze kunnen inspelen op deze trend om hun producten via

organische zoekresultaten zichtbaar te houden.'

*Hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?*

'Supergaaf! Dit is ons derde volle jaar dat we bestaan en dit is gelijk de derde keer dat we in de prijzen vallen. Dat is natuurlijk supertof. We verheugen ons op de uitreikingsavond.'



#### Recept voor een succesvolle klant/bureau relatie

'Blijf eerlijk naar elkaar en zit niet in de race om lief gevonden te worden. Je doet onderaan de streep zaken met elkaar om resultaat te boeken. Wij gaan er bijvoorbeeld altijd voor om een goede band op te bouwen, maar we zijn ook direct en eerlijk wanneer dat nodig is voor een optimaal resultaat. Zonder omwegen.'

**Bureau:** Klik Digital  
**Wie:** Mathias Aaftink,  
**Gemiddelde klanttevredenheid:** 9,23  
**Specialisatie:** Activatie

### Maak je merk sterk

*Op welke manier hebben jullie de aanpak & werkwijze van jullie bureau het afgelopen jaar geoptimaliseerd en daardoor(nog) relevanter gemaakt?*

**Mathias Aaftink:** 'Dit is niet iets wat we specifiek hebben aangepast maar dit is onze algemene werkwijze waardoor we onze klant de optimale ervaring kunnen bieden:

1. Communicatie met onze klanten: twee wekelijkse meetings, maandrapportages en kwartaal evaluaties. Zo bewegen we van operationeel overleggen naar tactisch & strategisch overleggen.
2. De perfecte match van kennis met behoefte van de klant. We zetten medior/senior marketeers in zodat we weten dat we altijd de hoogste kwaliteit uit de markt kunnen bieden aan onze klanten.
3. Transparantie van mogelijkheden. Doordat we altijd transparant zijn over de resultaten en de mogelijkheden laten we zien dat we meedenken en echt als een partner on board zijn.'

*Met het oog op 2025: wat worden volgens jou de hete hangijzers in marcom en wat is jullie antwoord daarop?*

'We zien een drietal speerpunten voor 2025: meetbaarheid & attributie, AI binnen advertentieplatformen en branding. Meetbaarheid & attributie: door het juist instellen van je conversie tracking kan je nu nog de juiste data vangen maar dit wordt alleen maar lastiger naar de toekomst toe. Wij proberen naast de juiste conversie tracking hierop in te spelen

door offline data mee te nemen in de meetbaarheid en te kijken naar de totale investering en het effect op de totale omzet uit online.

AI binnen advertentieplatformen: je zal als online marketeer steeds breder opgeleid moeten zijn om van waarde te zijn voor je klant.

T-shaped marketing gecombineerd met skills als growth marketeer worden steeds belangrijker.

Branding: omdat het steeds makkelijker wordt om producten uit andere landen te verkopen via online advertentieplatformen is het van belang dat merken zich meer gaan richten op hun merk. Wie zijn ze, waar staan ze voor en waarom zou de consument bij hen moeten kopen? '

*Hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?*

'Een hoop klanten wisten niet dat we hieraan meededen en vinden het vooral leuk dat we deze waardering krijgen middels een prijs. We zullen dit verder uitbreiden naar een jaarlijks terugkerend event.'

#### Recept voor een succesvolle klant/bureau relatie

'Wij geloven heilig in de combinatie van communicatie, kennisoverdracht/toepassing en transparantie. Hierdoor ontstaat een effectieve samenwerking waarin je echt samen vooruit kan. Bij alle klanten waar we samen aan iets werken merken we dat we in goede maar zeker ook in "slechte" tijden waardevol voor elkaar kunnen blijven en resultaten behalen.'

**Bureau:** Lyfter

**Wie:** Eric Verheijen

**Gemiddelde klanttevredenheid:** 9,40

**Specialisatie:** Tech

### *Uit liefde voor het vak*

**Eric Verheijen:** 'We geloven in een aanpak die zo effectief mogelijk is. We werken daarom niet met managers of tussenlagen, maar alleen met vakinhoudelijke nerds. Communicatief vaardige nerds dan wel (denken we). Het afgelopen jaar hebben we verder geïnvesteerd in de aanpak waarin we projecten naar een zo hoog mogelijke kwaliteit kunnen realiseren. Daardoor hebben we een hele fijne 'route' waar we onze klanten transparant in meenemen. Zo kunnen we samen bouwen aan iets waar we trots op zijn.'

*Met het oog op 2025: wat worden volgens jou de hete hangijzers in marcom en wat is jullie antwoord daarop?*

'De online wereld gaat enorm hard. Het kan daarom snel overweldigend aanvoelen. Ik denk dat de winst er vooral in gaat zitten om focus te behouden en deze rust en overzicht over te brengen op je klanten. Specialisme wordt alleen maar belangrijker in een wereld waar 'standaard' werk steeds verder geautomatiseerd (mede door komst AI) kan worden.'

*Hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?*

'Met ongelooflijk veel dankbaarheid. We houden van ons vak en halen absoluut motivatie uit alle uitdagende dingen die we mogen maken, maar zijn ons er echter enorm van bewust dat een leuk project niet (alleen) komt door dat wat je mag maken, maar vooral door de mensen waarmee je dat mag doen. "Werken voor grote merken" is vaak naar ons geroepen als doel om te

kunnen groeien, maar wij weten heel goed dat het gaat om de mens en niet het logo. Dat we dat nu op deze manier terugzien is daarom écht het mooiste compliment dat je ons kunt geven.'



#### **Recept voor een succesvolle klant/bureau relatie**

'De start van ieder project is de start van een (nieuwe) samenwerking. Daarin is onze focus dat we een professionele vriendschap aan willen gaan. Samen, bewust een relatie aan te gaan waarin we eerlijk en open naar elkaar zullen zijn. Wij geloven dat wanneer je vooraf vooral eerlijk bent of je een goede match zou zijn en je daar vervolgens in blijft investeren, je iedere uitdaging samen aan kunt gaan.'



**Bureau:** mailmeisters

**Wie:** Jan den Bakker

**Gemiddelde klanttevredenheid:** 9,77

**Specialisatie:** Digital

### *Het geheim van de meestermeeting*

*Op welke manier hebben jullie de aanpak & werkwijze van jullie bureau het afgelopen jaar geoptimaliseerd en daardoor (nog) relevanter gemaakt?*

Jan den Bakker: 'Bij mailmeisters nemen we alleen topspecialisten aan die expert zijn in hun vakgebied. Dit stelt ons in staat om elke klant de best mogelijke service te bieden. Daarnaast hebben we ervoor gezorgd dat we alle email serviceproviders en customer data platforms tot in detail kennen, zodat we voor elke klant de meest geschikte oplossing kunnen inzetten. Een andere belangrijke optimalisatie is onze interne 'meestermeeting,' waar we als collega's continu de beste ideeën en innovaties met elkaar delen. Op deze manier blijven we scherp en zorgen we dat we altijd vooruitstrevend en relevant blijven.'

*Met het oog op 2025: wat worden volgens jou de hete hangijzers in marcom en wat is jullie antwoord daarop?*

'Al wordt onmiskenbaar een van de grootste uitdagingen én kansen in marketingcommunicatie in 2025. De uitdaging ligt

in het vinden van de juiste balans: hoe zet je AI in voor hyperpersonalisatie zonder de menselijke touch te verliezen? Bij mailmeisters richten we ons op het slim inzetten van AI voor datagedreven inzichten en efficiënte marketingprocessen, maar altijd met de mens centraal. We zorgen ervoor dat de technologie ondersteunend is, en geen vervanging voor creatieve, menselijke ideeën.

*Hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?*

'De positieve feedback uit het onderzoek van 2024 is voor ons een fantastische bevestiging van ons harde werken. Het laat zien dat onze klanten de persoonlijke aanpak en onze continue focus op innovatie waarderen. Deze waardering geeft ons extra motivatie om verder te blijven optimaliseren en vernieuwen in onze aanpak.'

#### **Recept voor een succesvolle klant/bureau relatie**

'Een succesvolle relatie draait om vertrouwen en open communicatie. We geloven dat het belangrijk is om altijd transparant te zijn over wat mogelijk is en welke resultaten je kunt verwachten. Daarnaast adviseren we marketeers om niet alleen te focussen op korte termijn resultaten, maar samen met hun bureau te kijken naar lange termijn groei.'

**Bureau:** NeoSEM

**Wie:** Tim van Rootselaar

**Gemiddelde klanttevredenheid:** 9,42

**Specialisatie:** Digital

### *Dankzij server-side tagging nog nauwkeuriger data*

*Op welke manier hebben jullie de aanpak & werkwijze van jullie bureau het afgelopen jaar geoptimaliseerd en daardoor(nog) relevanter gemaakt?*

Tim van Rootselaar: 'Het afgelopen jaar stond voor een groot deel in het teken van data tracking. Om ervoor te zorgen dat we klanten goed kunnen blijven helpen, hebben we server-side tagging geïmplementeerd. Hierdoor verzamelen we nauwkeuriger data en kunnen we klanten beter ondersteunen door beslissingen te maken op basis van betrouwbare data.

Daarnaast hebben we onze dienstverlening verder uitgebreid met CRO en e-mailmarketing.

Ook onze werkwijze blijven we continu verbeteren. Dit doen we door feedback van klanten te vragen en die input te gebruiken om onze werkwijze aan te scherpen.'

*Met het oog op 2025: wat worden volgens jou de hete hangijzers in marcom en wat is jullie antwoord daarop?*

'Bij NeoSEM zijn we continu bezig met innovatieve ideeën ontwikkelen, zowel voor als samen met onze klanten. Daarom zetten we ook steeds meer AI in. We proberen het niet te zien als een bedreiging, maar als een kans. Zo hebben we onlangs in samenwerking

met Daily Paper en Alpha-Wave pakkende videoadvertenties gemaakt door AI in te zetten. Door productfoto's en bestaande videocontent samen te voegen, konden we pakkende video's creëren.

Ook data tracking blijft aankomend jaar belangrijk. Zoals eerder genoemd, zijn we al druk bezig met server-side tagging. Komend jaar gaan we dit verder uitbreiden naar nog meer klanten.

We kunnen natuurlijk ook niet achterblijven op het gebied van TikTok, een platform dat steeds belangrijker wordt binnen de marketingwereld. We hebben hier intern een team op gezet en we zijn druk bezig om dit voor onze klanten in te gaan zetten.'

*Hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?*

'We zijn natuurlijk ontzettend trots op deze positieve klantwaardering. Er is niets mooier dan waardering krijgen van degenen voor wie je het doet. Deze waardering is niet alleen te danken aan het werk dat we leveren, maar ook aan het hechte en trotse team dat hier elke dag aan werkt. Een mooier compliment kunnen we als team niet krijgen!'

#### **Recept voor een succesvolle klant/bureau relatie**

'Bij NeoSEM willen we onze klanten altijd de beste service bieden. Dit doen we niet alleen door regelmatig contact met ze te hebben, maar ook door ons echt in de klant te verdiepen. Van de markt en de concurrentie tot de bedrijfs sfeer en de persoon zelf: zo haal je het maximale uit je samenwerking.'

# MEDIACOMMERCE: DOORBREEK HET GROEIPLAFOND

**STROOM is een media- en performancebureau met energie voor groei.**

Wij bieden mediastrategie, -planning en -inkoop op basis van insights, research en data. Gecombineerd met e-commerce, marketing performance en DtoC oplossingen.

Onze driver is **Mediacommerce**: de optimale balans tussen merk en performance, voor korte termijn resultaat en lange termijn groei. Zo doorbreken we voor onze klanten het groeiplafond en groeit hun business harder.

De persoonlijke en energieke aanpak van STROOM wordt gewaardeerd: we zijn vier jaar op rij verkozen tot Bureau van het Jaar door **MT1000** en **FONK**.

Wij werken voor nationale en internationale A-merken zoals **ENGIE**, **Nintendo**, **DPG**, **Dille & Kamille**, **Univé**, **Amazon Ring** en **Dé VakantieDiscounter**.

Kijk op **STROOM.com** voor meer informatie.



**Bureau:** Norday

**Wie:** Rebecca Stadman

**Gemiddelde klanttevredenheid:** 8,37

**Specialisatie:** Design

### *Let's redesign for life!*

**Rebecca Stadman:** 'Dit jaar stond bij ons in het teken van het samensmelten van de expertise van GRRR en IN10 in Norday. We versterkten hiermee in de diepte en de breedte onze kernpropositie: de combinatie van strategie en digitale creativiteit met voelbare impact.

Het nieuwe bureau heeft een ijzersterk profiel van mensgerichte innovatie in de domeinen die al goed verankerd zaten in het DNA: cultuur, publieke dienstverlening, zorg en tech for good.

Onze opdrachtgevers hebben namelijk meer dan ooit behoefte aan een strategisch partnership met een bureau dat hun specifieke uitdagingen goed genoeg kent om niet alleen met vernieuwende proposities en ervaringen te komen, maar om deze ook te laten landen bij de interne organisatie en eindgebruikers.' *Met het oog op 2025: wat worden volgens jou de hete hangijzers in marcom en wat is jullie antwoord daarop?*

'Merken en organisaties zullen explicieter moeten staan voor hun keuzes, die vaak een trade-off kennen. Die uitdaging zal voor een groot deel draaien om het balanceren van personalisatie, ethiek, innovatie en schaalbaarheid in een steeds complexer wordend digitaal landschap. Ook duurzaamheid en inclusiviteit zijn gelukkig steeds belangrijker voor succesvolle marketing, communicatie en digitale services. Ons antwoord is om altijd vanuit de gewenste impact voor mensen te werken. Data-gedreven inzichten combineren we met creatieve oplossingen die duurzaam impact maken. Door de integratie van

technologie, design en strategie kunnen we onze klanten helpen om relevant te blijven, zonder dat ze hun menselijke connectie verliezen. We blijven gericht op het ontwikkelen van oplossingen die niet alleen effectief zijn, maar ook ethisch verantwoord en toekomstbestendig.'

*Hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?*

'We zijn ontzettend trots op de positieve waardering van onze klanten. Het laat de waardering zien voor de stappen die we hebben genomen om de krachten van GRRR en IN10 te bundelen tot Norday.

We zijn ontzettend trots op deze erkenning, het geeft ons energie om door te blijven bouwen aan duurzame en succesvolle relaties. Een stimulans om onze klanten nog beter te helpen bouwen aan positieve verandering in een snel veranderende markt.

#### **Recept voor een succesvolle klant/bureau relatie**

'De meest succesvolle samenwerkingen ontstaan wanneer beide partijen de ruimte krijgen om te doen waar ze goed in zijn. Het gaat erom dat je vanuit vertrouwen samenwerkt aan een gedeelde visie, met ruimte voor creativiteit en innovatie. Ons advies aan marketeers is om een open dialoog te voeren, duidelijke doelen te stellen en je bureau echt als een verlengstuk van je eigen team te zien. Bij Norday streven we ernaar om de strategische 'Northstar'-doelen van onze klanten te verwezenlijken door middel van dagelijks voelbare creativiteit. Dit vereist dat we in co-creatie met de klant een visie uitwerken en ook de vrijheid krijgen om innovatief te handelen binnen die visie.'

**Bureau:** Pink Marketing, Pünktlich  
**Wie:** Willem Waardenburg, Founder/Owner  
**Gemiddelde klanttevredenheid:** 8,56 (Pink Marketing) en 8,37 (Pünktlich)  
**Specialisatie:** Mediabureau en Full service reclamebureau

### *‘Wij zijn de business van onze klanten nog beter gaan begrijpen’*

*Op welke manier hebben jullie de aanpak en werkwijze van jullie bureau het afgelopen jaar geoptimaliseerd en daardoor (nog) relevanter gemaakt?*

**Willem Waardenburg:** ‘We hebben afgelopen jaar veel tijd besteed aan het begrijpen van de business van onze klanten. Dit klinkt logisch, maar veel agencies zijn door de Corona-periode steeds verder van hun klanten afgedwaald. Zo is een meer operationele, uitvoerende relatie ontstaan - terwijl je toch echt een dynamische, collectieve samenwerking nastreeft.

Dus door ons erin onder te dompelen, zijn wij de business van onze klanten nog beter gaan begrijpen en zijn we er écht onderdeel van. Zo denken we nu niet alleen strategisch mee, maar geven we klanten ook advies over hoe ze hun businessdoelstellingen op de snelste en beste manier kunnen realiseren.’

*Met het oog op 2025: wat worden volgens jullie de hete hangijzers in marcom en wat is jullie antwoord daarop?*

‘Marketeers zijn meer en meer op zoek naar een geïntegreerde mediastrategie. Een strategie waarbij zowel offline als digitale kanalen samengebracht wordt. Om hier goed op in te spelen, hebben we een model

ontwikkeld waarbij we direct na briefing - media, creativiteit & techniek samenbrengen. Dit hebben we afgelopen jaar al bij verschillende klanten toegepast, waarbij we zien dat onze concepten nu een stuk effectiever zijn. Hoe? Vooral doordat mediaspecialisten eerder worden betrokken. Andersom geldt trouwens hetzelfde: door de creatieven eerder in te schakelen, zijn de mediaplannen creatiever dan ooit. En het mooie is, dat we met PEXI een unieke techniek in huis hebben. Een techniek die media en creativiteit laat samenkomen via een lenig concept dat op oneindig veel manieren te personaliseren en te optimaliseren is.’

*Hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?*

‘We zijn ontzettend trots op de positieve feedback die we in 2024 hebben ontvangen. Het bevestigt dat onze aanpak en inzet door onze klanten wordt gewaardeerd. Voor ons is dit natuurlijk een mooie erkenning van ons harde werk. Tegelijk is het een flinke stimulans verder te blijven innoveren en verbeteren.’



#### **Recept voor een succesvolle klant/bureau-relatie**

‘Een succesvolle klant-bureau relatie draait om open communicatie, vertrouwen en het delen van doelen. We zien onszelf (het bureau) hierbij niet als een externe partij, maar als een verlengstuk van de klant.’

**Bureau:** Pixelpillow  
**Wie:** Milan van Bruggen  
**Gemiddelde klanttevredenheid:** 9,62  
**Specialisatie:** Business to Business

### *Designspecialisten in B2B*

**Milan van Bruggen:** ‘In 2024 hebben wij onze propositie aangescherpt. We ontwerpen gebruiksvriendelijke digitale tools voor de B2B-markt. Geen manusjes van alles, maar echte designspecialisten in B2B dus. En die nieuwe propositie werpt z’n vruchten af. De juiste klanten weten ons steeds beter te vinden!’

*Met het oog op 2025: wat worden volgens jou de hete hangijzers in marcom en wat is jullie antwoord daarop?*

‘Eén van de grootste uitdagingen wordt het vinden van de balans tussen technologie en menselijkheid. Al en automatisering blijven belangrijke tools, maar de behoefte aan authentiek, persoonlijk contact zal alleen maar toenemen. Ons antwoord hierop is het versterken van conversational interfaces en het optimaliseren van gepersonaliseerde digitale ervaringen. Daarnaast verwachten we dat veel bedrijven keuzes zullen moeten maken: ga je voor volledige schaalbaarheid met technologie, of versterk je de menselijke kant van je

merk? Wij helpen onze klanten door beide aspecten te combineren in onze ontwerpen.’

*Hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?*

‘We zijn ontzettend trots op de positieve feedback die we van onze klanten hebben ontvangen. Het bevestigt dat onze aanpak – waarin de klant centraal staat en waarin we ons blijven ontwikkelen – wordt gewaardeerd. Het motiveert ons om nog meer te investeren in de relaties die we hebben opgebouwd, en te blijven innoveren om de verwachtingen te blijven overtreffen.’

#### **Recept voor een succesvolle klant/bureau-relatie**

‘Transparantie en partnerschap. We geloven dat het echt kennen van de klant cruciaal is voor succesvolle samenwerking. Het is niet alleen ons werk om het beste design te leveren, maar ook om mee te denken en vooruit te kijken. Daarom investeren we tijd in het begrijpen van de visie, doelen en uitdagingen van onze klanten. Dit zorgt ervoor dat we niet alleen uitvoerders zijn, maar ook strategische partners die samenwerken aan langdurige successen.’

**Bureau:** Storymotion  
**Wie:** Yorick van Beek  
**Gemiddelde klanttevredenheid:** 9,58  
**Specialisatie:** Videoproduction

### *Trouw aan creativiteit*

*Op welke manier hebben jullie de aanpak & werkwijze van jullie bureau het afgelopen jaar geoptimaliseerd en daardoor(nog) relevanter gemaakt?*

**Yorick van Beek:** 'Voor ons is dat heel simpel, wij focussen op 100% klanttevredenheid. Dat is de focus van het bedrijf en iedereen die voor en met ons werkt. Dat zie je in de communicatie en het gehele proces. Wij hebben onze workflow zo geoptimaliseerd dat misvattingen en verkeerde verwachtingen vanuit de klant eigenlijk niet voorkomen.'

*Met het oog op 2025: wat worden volgens jou de hete hangijzers in marcom en wat is jullie antwoord daarop?*

'De opkomst van AI brengt niet alleen nieuwe mogelijkheden, maar ook een toename van concurrentie, met name van prijsvechters die zich richten op schaal en automatisering. Ons antwoord op deze trend is simpel: we blijven trouw aan onze grootste kracht – creativiteit. Als een team van gepassioneerde creatievelingen kunnen wij de wensen en behoeften van onze klanten op een dieper niveau begrijpen en vertalen naar unieke oplossingen, iets dat geen software kan evenaren.'

Juist in een tijdperk van toenemende automatisering is het menselijk inzicht en creatieve vermogen waar wij ons mee onderscheiden.'

*Tot slot: hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?*

'De positieve feedback van onze klanten is ontzettend goed ontvangen! We zijn enorm trots en blij met het resultaat en de hoge score die we hebben behaald. Het is geweldig om te zien dat onze toewijding aan klanttevredenheid daadwerkelijk zijn vruchten afwerpt, en dat onze klanten zo tevreden zijn met wat we doen. Dit bevestigt dat we op de juiste weg zijn en is precies waar we het allemaal voor doen!'

Voor werk, kijk op [www.storymotion.nl/portfolio](http://www.storymotion.nl/portfolio)

#### **Recept voor een succesvolle klant/bureau relatie**

'Het draait uiteindelijk om één kernprincipe: zet omzet, marges en winsten even opzij en richt je volledig op klanttevredenheid. Door consequent te focussen op het leveren van uitzonderlijke service en het overtreffen van verwachtingen, volgen succes, groei en winst vanzelf. Tevreden klanten zijn immers de beste basis voor duurzame groei en continuïteit van het bedrijf.'





**Bureau:** STROOM  
**Wie:** Samantha Catsburg  
**Gemiddelde**  
**klanttevredenheid:** 9,05  
**Specialisatie:** Media

### *De kwaliteit van reclame is key*

*Op welke manier hebben jullie de aanpak & werkwijze van jullie bureau*

*het afgelopen jaar geoptimaliseerd en daardoor(nog) relevanter gemaakt?*

**Samantha Catsburg:** 'De introductie van Mediacommerce als begrip en propositie van ons bureau is de afgelopen tijd van groot belang geweest voor STROOM.

We zien veel klanten tegen een groeiplateau aanlopen door lagere conversie en lager bereik tegen dezelfde prijs. Veel klanten worstelen daardoor met een nieuwe balans in merk- en performance communicatie. Wij kunnen dat met Mediacommerce goed inzichtelijk maken en adviseren conform.'

*Met het oog op 2025: wat worden volgens jou de hete hangijzers in marcom en wat is jullie antwoord daarop?*  
 'In marcom speelt de aankomende tijd de (verbeterde) balans in merk- en performance een grote rol, ook in de

samenwerking met je bureau. Daarnaast wordt de kwaliteit van reclame veel belangrijker. Het gaat nog meer naar de juiste boodschap, voor dat specifieke deel van de doelgroep, op een voor die doelgroep passend kanaal. Effectieve campagnes, die gebaseerd zijn op scherpe inzichten met een Big Idea dat over vele middelen (want gefragmenteerde mediaconsumptie), gecommuniceerd kan worden. Het gaat om het echt verbinden van de lange én de korte termijn: Mediacommerce is daarop het antwoord als je naar media- en performance marketing kijkt.'

*Hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?*

'Daar zijn we bij STROOM natuurlijk enorm trots op, vooral omdat het om klanttevredenheid draait. Dus met de nadruk op klant, want daar doen we het allemaal voor. En daarnaast: een FONK Award winnen went nooit, ook niet na 5 (!) keer.'

#### **Recept voor een succesvolle klant/bureau relatie**

'Communicatie is en blijft mensenwerk: er moet een klik zijn. Dat begint bij begrip, kennis en gemeenschappelijke doelen. De korte en lange termijn balans in merken bouwen en media vind je ook terug in de klantrelatie. Die is gebaseerd op vertrouwen en de lange termijn. "If you want to go fast: go alone. If you want to go far, go together.'

**Bureau:** Think Yellow  
**Wie:** Stoffel Geerards  
**Gemiddelde klanttevredenheid:** 9,21  
**Specialisatie:** Full service

### *De medewerker als sleutel tot succes*

*Op welke manier hebben jullie de aanpak & werkwijze van jullie bureau het afgelopen jaar geoptimaliseerd en daardoor (nog) relevanter gemaakt?*

**Stoffel Geerards:** 'Binnen ons bureau heeft iedereen klantcontact. Dat vonden we altijd al belangrijk, maar het afgelopen jaar hebben we daar nog meer op gefocust. Naast de ontwikkelingen in artificial intelligence hebben we intern ook echt werk gemaakt van (kennis over) customer intimacy en customer experience. Onze medewerkers zijn namelijk de sleutel tot succes voor én bij onze klanten.'

*Met het oog op 2025: wat worden volgens jou de hete hangijzers in marcom en wat is jullie antwoord daarop?*

'Natuurlijk spelen wij ook in op veranderingen: van AI tot first party data, zero click searches en social search.

Maar de belangrijkste vragen zijn en blijven eigenlijk: hoe zorg ik



ervoor dat ik over vijf jaar nog relevant ben? En wat moet ik daar vandaag voor doen, rekening houdend met alle ontwikkelingen?'

*Hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?*

'Als bureau zijn we daar natuurlijk ontzettend blij mee. En als Managing Director ben ik persoonlijk ook heel trots op alle Think Yellow collega's die hieraan hebben bijgedragen.'

#### **Recept voor een succesvolle klant/bureau relatie**

'We merken dat operational excellence en kostenefficiëntie (het afgelopen jaar extra) grote drijfveren zijn voor marketing agencies. Natuurlijk is dit belangrijk en wij moeten daar ook zeker stappen in zetten. Maar de sleutel tot een succesvolle klantrelatie, naast kwaliteit leveren, blijft goed in contact blijven met de klant en op de hoogte zijn van wat er bij de klant speelt. Vanuit Think Yellow willen we echt onderdeel zijn van de business uitdaging van onze klanten. Wij zorgen er daarom voor dat zowel onze specialisten als generalisten (periodiek) met klanten in gesprek gaan. Goed luisteren – waar zijn klanten mee bezig, waar lopen ze tegenaan en waar kunnen wij ze bij helpen? – en daarop acteren. 'Energize ambition' dus.



# CO2-GASSY POLLUTERS LIKE ELON 'PERFUME INGREDIENT' BELONG ON

THESHITLIST.NL



Bureau: This Agency  
Wie: Ingmar Larsen  
Gemiddelde klanttevredenheid: 9,10  
Specialisatie: Full service

## Aandacht

*Op welke manier hebben jullie de aanpak & werkwijze van jullie bureau het afgelopen jaar geoptimaliseerd en daardoor(nog) relevanter gemaakt?*

**Ingmar Larsen:** 'Door heel goed te luisteren naar onze klanten. Belangrijkste uitgangspunten: goede ideeën, on-budget werken en maak niet van die mug een olifant. Verder hebben we een mooi netwerk van experts opgebouwd en die haken we aan waar nodig. Van AI specialisten tot aan techneuten.'

*Met het oog op 2025: wat worden volgens jou de hete hangijzers in marcom en wat is jullie antwoord daarop?*  
'In een wereld waarin je verdwaalt in de mogelijkheden van AI, is de grootste uitdaging om als merk authentiek

te blijven. Wij richten ons met speels werk op bedrijven 'met een ziel'. We besteden veel aandacht aan merkstrategie. Dan komen de goede ideeën en authenticiteit vanzelf.'

*Hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?*  
'Het is een prachtig compliment!'



### Recept voor een succesvolle klant/bureau relatie

'Aandacht. Aandachtig luisteren. Aandachtig onderzoek. Aandacht voor strategie en creatief werk. Aandachtig evalueren van doelstellingen en samenwerking.'

**Bureau:** Vertigo 6 - Part of Happy Horizon

**Wie:** Mike Hendrixen

**Gemiddelde klanttevredenheid:** 9,50

**Specialisatie:** Public Relations

### *Zoeken naar authentieke verbinding*

**Mike Hendrixen:** 'Voor 2025 verwachten we dat merken nog meer gaan én moeten zoeken naar authentieke verbinding. Het gebruik van AI zal blijven toenemen, maar wij geloven dat het menselijke aspect essentieel blijft. Bij Vertigo 6 gebruiken we AI om saaie, repetitieve taken te automatiseren, zodat we ons kunnen focussen op wat ons echt onderscheidt: creativiteit, authenticiteit en échte connectie met de doelgroep. Dit anti-cyclische werken stelt ons in staat om op te vallen in een wereld vol automatisering en lege computer-emoities. Juist door in te zetten op oprechte verbinding maken we het verschil.

Onze klanten voelen, zelfs na 12 jaar, nog steeds als vrienden. Die band zorgt ervoor dat we eerlijk durven zijn en niet zomaar 'ja' knikken. We gaan door tot de vraag achter de vraag en proberen altijd de échte doelstelling van onze klanten te achterhalen. Dit betekent dat we niet de makkelijke weg kiezen, maar altijd de beste oplossing vinden. Ook als dat niet is wat de klant in eerste instantie vroeg. Het cliché "teamwork makes the dream work" kennen we allemaal, maar bij Vertigo 6 geloven we juist dat "dream work, makes the team work."

#### **tip**

'Mijn tip aan marketeers en brandowners: 'Geef je bureau de ruimte om kritisch te zijn en wees zelf ook open. Dat is de basis voor een samenwerking die écht werkt!'



*Wat betekent de brede klantwaardering die het onderzoek laat zien voor jullie?*

'We zijn 'ommundig' blij met onze positie in de FONK150 dit jaar, vooral omdat het de zevende keer op rij is dat we bovenaan staan. Wat deze erkenning speciaal maakt, is dat het gebaseerd is op klantwaarderingen en niet op jury formuliertjes. We worden door onze klanten beoordeeld op basis van kwaliteit en effectiviteit, zonder vergelijking met andere bureaus. Dat we voor de tweede keer op rij het hoogst genoteerde PR-bureau van Nederland zijn is een prestatie waar we met ons hele team apetrots op zijn!'

**Bureau:** Wunder

**Wie:** Alef de Jong

**Gemiddelde klanttevredenheid:** 9,60

**Specialisatie:** Branding

### *AI is een middel, geen doel*

*Op welke manier hebben jullie de aanpak & werkwijze van jullie bureau het afgelopen jaar geoptimaliseerd en daardoor(nog) relevanter gemaakt?*

Alef de Jong: 'We draaien al enige jaren mee in de top 3 van design & branding bureaus. Heel fijn om dit jaar de nummer 1 te zijn. Maar echt toewijzen aan een specifieke optimalisatie kan ik dat niet.

Het zit in onze aard om continu te verbeteren met (kleine) aanpassingen en optimalisaties. Zo blijven we relevant en van toegevoegde waarde voor onze opdrachtgevers. Daarnaast hebben we een hele duidelijke focus, met wat we wel aanbieden en wat niet. Onze opdrachtgevers weten waar onze kracht ligt en wat ze kunnen verwachten.'

*Met het oog op 2025: wat worden volgens jou de hete hangijzers in marcom en wat is jullie antwoord daarop?*

'Een belangrijke ontwikkelingen ons vak is AI. Dit levert kansen op voor bureaus en klanten, maar is tegelijk ook een grote bedreiging.

Naast alle voordelen die AI oplevert moeten we ook oppassen dat AI geen doel wordt. Het is - net als vele andere innovaties - een middel om iets te bereiken. Daarom roep ik marketeers, schrijvers, designers en strategen op vooral zelf na te blijven denken. Het risico kan zijn dat mensen lui worden en te veel overlaten aan AI, waardoor alles op elkaar gaat lijken. Ik ben ervan overtuigd, dat als je uniek en onderscheidend wilt zijn je niet afhankelijk kan worden van Tech platformen, AI, of andere innovaties.'

Recent werk vindt je op [www.wunder.nl](http://www.wunder.nl)

#### **Recept voor een succesvolle klant/bureau relatie**

'Wees open en eerlijk in je communicatie en streef naar een ambitieuze samenwerking waarin iedereen kwetsbaar durft te zijn. Pas dan kom je samen echt verder.'



**Bureau:** We Boost Brands  
**Wie:** Martijn van Aalst  
**Gemiddelde klanttevredenheid:** 8,91  
**Specialisatie:** Activatie

### *Extra aandacht voor retailmedia*

*Op welke manier hebben jullie de aanpak & werkwijze van jullie bureau het afgelopen jaar geoptimaliseerd en daardoor (nog) relevanter gemaakt?*

**Martijn van Aalst:** 'We hebben het team verrijkt met een senior accountstrategie. De accountstrategie heeft de verantwoordelijkheid om per klant te toetsen of alle doelstellingen nog helder zijn, of we de snelste route naar realisatie van deze doelstellingen (nog) aan het bewandelen zijn én toetst de plannings en deadlines. Ook voor de senior online marketeers is het erg fijn dat een senior accountstrategie meekijkt en beschikbaar is om te sparren.'

Een tweede kwaliteitsimpuls hebben we toegevoegd in 2024 door een ervaren collega aan te nemen voor videoproductie en filmopnames. Hierdoor zijn we niet meer afhankelijk van creative agencies die de content voor onze campagnes voorheen schoten. Tot slot hebben we een nieuw model geïntroduceerd om onze collega's structureel meer te trainen en verder te ontwikkelen en hiermee kennisdeling te stimuleren.'

*Met het oog op 2025: wat worden volgens jou de hete hangijzers in marcom en wat is jullie antwoord daarop?*

'Één van de focusgebieden 2025 wordt voor ons retailmedia. We hebben in 2024 het team verder uitgebreid met een ervaren marketplaces strategie en met een ervaren retailmarketeer. Met alle ontwikkelingen, trends en bedreigingen binnen de retailmarkt streeft we boost brands ernaar om de kennispartij te zijn voor deze branche. We willen een klant verrassen met een creatieve strategie, winkelvloer promo's, online campagnes,

hologrammarketing en succesvol worden met verkoop op marketplaces.'

Dit betekent niet dat we een verminderde focus hebben op overige branches, maar we gaan wel extra aandacht besteden aan de zogenoemde retailmedia.' *Hoe is de brede, positieve klantwaardering die uit het 2024-onderzoek blijkt, bij jullie ontvangen?*

'Één van onze kernwaardes is resultaat. Resultaat voor de klant en blijde klanten is ons resultaat. We zijn onwijs trots op deze waardering en zullen er alles aan doen om dit volgend jaar weer te realiseren!'

### **Recept voor een succesvolle klant/bureau relatie**

'Het begint allemaal met verwachtingsmanagement. Als opdrachtgever en als bureau mag je ambitieus zijn, maar het moet realistisch zijn. Als de doelstellingen getoetst zijn op haalbaarheid beginnen we met het tweede ingrediënt, namelijk de strategiebepaling. Er zijn veel opdrachtgevers die direct de uitvoering in willen met advertising of met online campagnes. Maar wij beginnen altijd eerst bij de basis. Waar sta je nu als opdrachtgever, wat is je propositie, je pricing, wat doen andere spelers in de markt en hoe gaan we onze doelgroep bereiken, verleiden en overtuigen. Vervolgens bepalen we de multi-channel strategie die we afronden met een implementatieplan (wie/wat/waar/wanneer/hoe). Het laatste ingrediënt is een soepele onboarding. Ik adviseer alle opdrachtgevers om goed uit te werken hoe je wenst samen te werken, op welke frequentie je meetings wenst, hoe vaak je deze fysiek wilt en wanneer je tevreden bent. Hiernaast adviseer ik ook om altijd de werkprocessen goed in kaart te brengen en deze te delen met het bureau.'

## DEZE EDITIE IS MEDE MOGELIJK GEMAAKT DOOR

'Als bureau voor strategie en communicatie werken we met onze klanten aan maatschappelijke vraagstukken, geven we richting aan veranderingen en zetten we organisaties in beweging. Dat doen we door te verhelderen, verbinden en versnellen. Zo werken we samen aan duurzame vooruitgang. Voor mens, organisatie én omgeving.'

# BOOM

**RAUWCC**  
OP Z'N ROTTERDAMST

RAUWcc is het Rotterdamse bureau van de hele wereld. Wij zijn de creatieve collega's die je altijd al wilde hebben. We denken mee, en tegen. Trekken samen met je op om gerse dingen te maken die jouw doelgroep in beweging krijgen.

Kratonkade 9, 3024 ES Rotterdam

mail@rauwwc.nl | +31 (0)10 22 11 470 | www.rauwwc.nl

## PARTNERS

Aigency Amsterdam is Europa's eerste agency gespecialiseerd in synthografie. Als creatieve productiestudio leveren wij fotorealistische AI-foto's en -video's op een hoog niveau, afgestemd op de wensen en merkidentiteit van onze klanten.

We bieden een alternatief voor hoogwaardige fotografie en video. Door ons vaste prijsmodel en korte doorlooptijden maken we dit segment bereikbaar voor een bredere doelgroep.

Als bureau combineren we kwaliteit met ethische verantwoordelijkheid. Door puur te prompten maken we geen inbreuk op intellectueel eigendom. En door actief bias tegen te gaan, zetten we ons in voor gendergelijkheid en representatie van minderheden. Hiermee waarborgen we originaliteit en inclusiviteit in onze uitingen.

**AIGENCY**  
*Amsterdam*

Start Up Village Science Park 608,  
1098 XH Amsterdam  
hello@aigency.amsterdam  
www.aigency.amsterdam

**DC**  
DENTSU CREATIVE

Moermanskade 89,  
1013 BC Amsterdam  
020-5191700 office@  
dentsucreative.amsterdam  
www.dentsucreative.amsterdam

We are Dentsu Creative Amsterdam. We craft forward thinking brands, experiences, campaigns and content. With a fearless mix of modern creativity, optimism and positive energy. We build brands through strategy, creativity, technology and design. We believe that every contact moment with a brand is one where we can make the difference. That's why we don't just specialise in brand positioning, identity design and integrated campaigns, but also in digital platforms, experience, innovation, social media, entertainment and content. Our family of about 100 entrepreneurial doers and zeitgeist-hunting magic makers hails from many lands and areas of expertise.

In een tijd waar mensen gemiddeld 0,7 seconden aan je merk besteden, weten wij hoe je publiek beter converteert. Higuita is het onorthodoxe full-service bureau met zowel merkstrategie, campagne-ontwikkeling, design als digital development onder één dak. Het bureau is in 2020 gestart met het idee dat je in een overprikkeld medialandschap op kunt vallen door mensen fan van je merk te maken. Net zoals de legendarische keeper René Higuita wist op te vallen op het veld. Het bureau ontwikkelt merkcampagnes en digitale producten voor o.a. Fairphone, Unique, Seepje en Marktplaats. higuita.amsterdam

**HIGUITA**

's-Gravenhekje 1a,  
1011 TG Amsterdam  
0800-higuita  
info@higuita.amsterdam  
www.higuita.amsterdam

## QINDLE

Joan Muyskenweg 22  
1096 CJ Amsterdam  
www.qindle.com  
020-4201333  
hello@qindle.com  
www.qindle.com

We believe creativity is essential to solving real industry challenges. Through creativity, we guide brands towards a future that is relevant, sustainable and human-centric. We do this in a way that doesn't ignore the bottom line or long-term shareholder value but actually contributes to them.



Ceresplein 145,  
4811 CE Breda  
info@fightclub.nl  
www.fightclub.nl

Wij geloven dat uitzonderlijk succes ook is weggelegd voor merken die meer ambitie hebben dan middelen, mensen, tijd of budget. Hoe? Door slimmer, vernuftiger en gewiekster te zijn dan de rest: by outsmarting your competition. We zijn niet zomaar een brand & performance agency; er zit ondernemersmentaliteit in ons bloed. We zijn mouwenopstropers. Listverzimmers. Allesopalleszetters. Gatindemarkzoekers. Als één team knokken we met onze klanten voor de groei van hun business. Niet met complexe visies of oeverloze plannen, maar met vindingrijke oplossingen, efficiënte hacks. We're called Fightclub for a reason, and we're in it to win it.

Aandacht en beleving. Daar is creativiteit voor nodig. Ruwer begrijpt als geen ander het creatieve proces. Wij denken immers al meer dan 20 jaar met onze opdrachtgevers mee. Ruwer begrijpt het creatieve proces vanaf de eerste vluchtige gedachte tot aan het eindresultaat. We begrijpen de organisaties die mede dankzij hun creativiteit succesvol zijn. En we leveren de professionals die voor dat succes nodig zijn. Talent voor design, development en data.

**ruwer**<sup>U</sup>

Cruquiuskade 191  
1018 AM Amsterdam  
+31 20 423 5005 info@ruwer.nl  
www.ruwer.nl



Herengracht 338  
1016 CG Amsterdam  
info@crocodile.global  
www.crocodile.global

Crocodile Agency is een nieuwe generatie reclamebureau dat zorgvuldig en succesvol merken onder de aandacht brengt bij de gewenste doelgroep, met een specialisatie in Generation Z en Alpha. Wij geloven in co-creatie en werken samen met jonge creatieven. Ons bureau creëert complete strategieën tot Hero-campagnes, tot live-evenementen, tot samenwerkingen met influencers, met altijd beschikbare content, tot communitybeheer. Crocodile Agency is een one-stop-shop geleid door liefhebbers van de digital cultuur; wij weten welke trend er nu speelt en hoe een merk zich hier creatief aan kan verbinden. Bekende merken met wie Crocodile werkt zijn: Body & Fit, Bar-le-Duc, Bud, Milka, L'Oréal, Malibu en Pearl.

Gardeners is een all-round creative agency where good things grow. We willen de wereld inspireren met de kracht van positiviteit en de simpele keuze om het goede te doen. Door onze earned media manier van denken maken we verhalen van merken relevant en nieuwswaardig, waardoor ze doorverteld worden en kunnen groeien. Zodat uiteindelijk, mensen en merken meer betrokken raken, bij elkaar en bij de wereld om hen heen. Onze missie is om creativiteit, ondernemerschap en ons brede netwerk in te zetten om een positieve impact te maken op de wereld.

**gardeners**

CREATIVE AGENCY  
WHERE GOOD THINGS GROW

Vondelstraat 120 D  
1054GS Amsterdam  
020-261926  
hello@gardeners.nl  
www.gardeners.nl

## BLACKLIST

Bos en Lommerplantsoen 1-3  
1055 AA Amsterdam  
contact@blacklistcreative.nl  
www.blacklistcreative.com

We partner with global brands to combine the flexibility of an in-house team with the efficiency of an external service, delivering exceptional, award-winning creative with expertise. We excel at crafting engaging narratives that inspire action and our track record proves our ability to connect with audiences on a deep emotional level. Most importantly, our friendly, professional and tailored approach creates an environment where our employees do the very best work of their careers.

## COLOFON

**uitgever/hoofdredacteur**  
Nicolette Hulsebos

**mail redactie**  
nicolette@fonkmagazine.nl (hoofdredactie)  
redactie@fonkmagazine.nl (redactie Fonk  
magazine algemeen)

**advertentie-exploitatie**  
sales@fonkmagazine.nl

**database management**  
Manouk Kronen: abonnementen@fonkmagazine.nl

**medewerkers o.a.**  
Nicolette Hulsebos (hoofdredactie),  
Michael Dijkstra Taurel, Kees Rijken (fotografie),  
Menno Dolman (fotografie), Giuseppe Toppers  
(Danto Creatieve Communicatie), Nils Adriaans,  
Robert Volten, Vincent Kruijt (fotografie), Marina  
Versnel,  
Sem Kapiteijn, Corine Overvest

**vormgeving**  
GRAVUS.nl

**traffic**  
traffic@fonkmagazine.nl

Fonk magazine is een uitgave van Fonk Media

**abonnementen bestellen,  
adres wijzigen en opzeggen**  
Fonk Media, Amsterdamsestraat 3A, 1398 BK Muiden  
**mail:** abonnementen@fonkmagazine.nl

**abonnementsprijs**

*Binnen Nederland*  
26 nummers print en digitaal: €290  
26 nummers digitaal: €150  
26 nummers digitaal + online nieuws: €187,75  
Losse nummers: €12,50

*Buiten Nederland*  
26 nummers print en digitaal: €375

*De vermelde prijzen zijn exclusief BTW*

**issn** 1878-1578



[www.fonkmagazine.nl](http://www.fonkmagazine.nl)

Follow us on X, Instagram, Facebook, LinkedIn & YouTube

**missie van FONK**  
*Powering creative people:* inspiratie bieden, actief en op een positieve manier betrokken om creatieve mensen met elkaar verbinden. Dat typeert de makers van Fonk sinds 2009.

Niets uit deze uitgave mag zonder expliciete toestemming van de uitgever op wat voor drager dan ook, worden gepubliceerd.

# DE ALLER- BESTE.

**AL ZEGGEN WE DAT NIET ZELF.**



**Wij zijn het bureau dat werkt.** Geen bluf of poeha, maar mouwen opstropen en leveren. Als we het al over prijzen willen hebben, dan het liefst over onze scherpe tarieven.

Pronken en zeggen dat we de allerbeste zijn, voelt voor ons wat ongemakkelijk. Gelukkig hoeven we dat niet zelf te doen, want FONK150 heeft ons al twee jaar op rij uitgeroepen tot **het allerbeste full-service bureau van Nederland.**



# Wat-als we samen op #1 staan?

## Onze klanten komen namelijk ook op de eerste plek

Finally is een creatief bureau voor aanstekelijk werk. Wij hebben twee doelen: geweldig werk maken en geweldig zijn om mee te werken. Daarom zetten we onze opdrachtgevers graag op nummer één. En ja, dat gebeurt dus ook andersom. Zij kroonden ons tot het Beste Full-service Bureau (Middelgroot 1) van Nederland met een topscore van 9.68 gemiddeld!

**finally.**

finallyanagency.nl



### Ook samen geweldig werk maken?

Ga met ons op zoek naar frisse inzichten. Leer te denken als een bureau en inspireer jezelf en je team met onze Wat-als vragenlijst.