



ROBBERT GANGADIN EN SJEF KERKHOFS

Onafhankelijk bureau gegroeid op eigen kracht

DAILYDIALOGUES VERZORGT DIGITALE MARKETING VOOR NATIONALE EN INTERNATIONALE A-MERKEN IN HET MIDDEN- EN GROOTSEGMENT. MET EEN SOCIALMEDIA-DNA VOORZIET HET BUREAU IN DE DAGELIJKSE ONLINE DIALOOG MET ZIJN DOELGROEPEN. "CREATIVITEIT OP EEN MEETBARE MANIER."



Sjef Kerkhofs, Commercieel Directeur, en zijn compagnon Robbert Gangadin, Algemeen Directeur, zijn DailyDialogues zes jaar geleden begonnen met het uitvoeren van socialmediawerkzaamheden zoals communitymanagement, contentmarketing en advertising. "In die tijd wilden bedrijven het vaak nog zelf doen, maar al snel bleek dat bureaus het beter konden. Sindsdien is ons onafhankelijke bureau uitgegroeid tot zo'n twintig man sterk", zegt Kerkhofs. "We zijn trots dat wij voor het tweede jaar op rij zijn uitgeroepen tot FD Gazelle! En ook door Emerce100 zijn we verkozen in een toppositie. Beide bewijzen dat we een kerngezond bureau zijn."

SUCCESVOLLE STRATEGIE

"Door de directe relatie met onze klanten kunnen we alles in eigen hand houden. Wij koppelen strategie aan uitvoering én hebben alle disciplines in huis. Snelheid, flexibiliteit, kwaliteit en resultaat kleuren onze dienstverlening", vervolgt Kerkhofs. DailyDialogues toont een veelzijdig portfolio, waarbij retail en finance de boventoon voeren. "Hunkemöller, waar we alle

social-mediacampagnes voor draaien én meepraten over strategie. Of neem Remia, waarvoor we alle socialmediawerkzaamheden verrichten. En Wecycle, een klant die zich bezighoudt met inzameling van e-waste. Ook online bank MoneYou, onderdeel van ABN Amro, is onze klant. De ont-

‘Wij koppelen strategie aan uitvoering én hebben alle disciplines in huis’

wikkeling van onze markt gaat snel. We zien conculegabureaus overgenomen worden door grote (inter)nationale bureaugroepen. Het doet de kwaliteit niet altijd goed; klanten van collectieven stappen weer over. Wij zijn onafhankelijk en op eigen kracht gegroeid, en blijven daarom flexibel. In onze visie is er geen plaats voor uitgebreide bureaucratie account- en projectmanagementlagen; die werken alleen maar vertragend en zijn nadelig voor de kwaliteit."

TRENDS EN DE TOEKOMST

Het is geen vraag meer of social media moet worden ingezet, maar wel hóé. Kerkhofs: "Social media ontwikkelt zich tot een interactieve online variant van de traditionele massamedia-kanalen. Met (live) video in de hoofdrol. Motion content is de trend

voor 2017 (lees Kerkhofs' artikel over trends: <https://www.frankwatching.com/archive/2016/10/13/12-social-media-trends-die-2017-gaan-domineren/>). Bedrijven kiezen vaker voor geloofwaardige online video's dan voor gelikte tv-commercials. Bureaus concurreren met de traditionele reclamewereld en nemen producties van commercials over, omdat de klant steeds meer 'mobile/online first' denkt. Het grote voordeel van online is dat de resultaten beter gemeten kunnen worden."