

THE JOURNEY

Burst legt de focus volledig op de groei van de klant

Veel bedrijven roepen dat ze de klant centraal stellen, maar Burst heeft ook daadwerkelijk haar organisatie hiernaar ingericht. Hans Maltha (CEO) en Patrick Boom (CCO) vertellen waarom ze zoveel waarde hechten aan resultaten behalen voor de klant.

Tekst: BBP Media **Fotografie:** Zuiver Beeld

Het digitale bureau stelt het belang van de opdrachtgever altijd voorop. Hans Maltha is daar stellig in: 'Vanaf dag één is klantresultaat voor Burst het belangrijkste doel. Dat kenmerkt ons als bureau, en we geloven oprecht dat partnerships en een lange termijn samenwerking tot de beste resultaten leiden.' Patrick Boom voegt toe: 'Omzet en groei volgen naar onze mening vanzelf uit een partnerschap dat waarde toevoegt.' De erkenning voor de enorme klantfocus van Burst komt met de plaatsing in de MT1000. In dit jaarlijks door Management Team uitgevoerde onderzoek naar de kwaliteit van dienstverleners in Nederland, staat het bureau in de categorie digitale bureaus bovenaan de ranglijst. Voor klantgerichtheid scoorde Burst een 4,2 op een schaal van 5. 'Daar zijn we erg trots op', zegt Maltha daarover. 'We zien het als een teken dat we op de goede weg zijn en tegelijkertijd als een motivatie om het nog beter te doen!'

Technologie, data en creativiteit

De werkwijze van Burst is gestoeld op drie pijlers: data, creativiteit en technologie. 'Door die drie dingen bij elkaar te brengen, creëren we de ultieme oplossing voor onze klanten', legt Maltha uit. 'Wij willen dat onze

oplossingen daadwerkelijk bijdragen aan de doelstellingen van onze opdrachtgevers. Data is voor ons een belangrijk instrument om continu te meten of we op de goede weg zitten en om nieuwe inzichten te verkrijgen.' Patrick Boom vult hem aan: 'Creativiteit zorgt voor de onderscheidende factor. Wij willen met onze creaties zo veel mogelijk impact maken. Zo hebben we Largo Resorts begeleid in het neerzetten van een nieuw online boekingsplatform voor een specifieke doelgroep. Dit platform hebben we vervolgens doorontwikkeld op basis van inzichten in gebruikersgedrag. Het resultaat daarvan is een flinke groei in het aantal boekingen voor Largo.'

Schouder aan schouder

Aangezien klanttevredenheid op nummer één staat, houdt voor Burst de dienstverlening niet op na oplevering van het product. 'We bepalen de strategie, realiseren het idee en zorgen ervoor dat het product continu doorontwikkeld wordt', zegt Boom. 'We nemen kleine stappen en meten continu de resultaten. Op basis van de data bepalen we de volgende stap. De intensieve samenwerking met klanten kun je vergelijken met het opbouwen van een relatie. Een langdurig partnership is

iets wat je moet verdienen. Met vaste regelmaat zitten we met onze klant om de voortgang te bespreken, om te kijken waar we tegenaan lopen en hoe we dat gaan oplossen.' Maltha gaat er dieper op in. 'Het liefst werken we schouder aan schouder met onze klanten. Bij onze meest succesvolle partnerships zijn we bijna collega's van elkaar en werken we gezamenlijk aan de beste oplossing. Wij geloven in het geïntegreerd werken met de klant. De tijd dat bureaus in een cocon zitten en daarna opdrachtgevers gaan vertellen hoe ze denken dat alles precies werkt, die is voorbij.'

Digitale regisseur

De ontwikkelingen in de digitale wereld gaan snel, en daar speelt Burst voor opdrachtgevers een belangrijke rol. 'We zien dat klanten een behoefte hebben aan een digitale regisseur', zegt Boom. 'De digitale wereld is complex en het is onze taak om die voor onze opdrachtgevers zo eenvoudig mogelijk te maken. De markt verandert snel en wij moeten ons er continu bewust van zijn dat onze klanten met veel vragen rondlopen. We moeten ze helpen met de juiste richting om hun doelstellingen te bereiken. In onze gesprekken met klanten vragen we daarom altijd waar ze tegenaan lopen en wat ze 's avonds wakker houdt.' Terugkomend op klantgerichtheid, hoe gaat Burst die naar een nog hoger niveau tillen? Maltha geeft antwoord: 'Uiteindelijk wordt klanttevredenheid door een drietal factoren bepaald: het maken van een kwalitatief product, een prettige samenwerking en dat de oplossing het gewenste resultaat levert. Pas als die drie factoren kloppen, dan ontstaat een hoge klanttevredenheid en dat is waar we het uiteindelijk voor doen.'

De presentatie van Burst, hoofdsponsor van de track THE JOURNEY vindt plaats om xx.xx uur.

**“Ons ultieme
doel is om
impact voor onze
opdrachtgevers
te creëren”**



Hans Maltha (CEO) en Patrick Boom (CCO)