



Referentie

Eraneos kiest voor inhoud én snel schakelen in campagnes met Merkelijkheid

Sinds de fusie en rebranding naar **Eraneos** per januari 2023 staat het marketingteam voor een mooie uitdaging. De naamsbekendheid van het jonge merk moet groeien, niet alleen in het IT-domein maar juist in een bredere business context. Tegelijkertijd beweegt de organisatie richting een meer gecentraliseerde, internationale marketingstructuur. Een complexe, maar interessante transformatie waar Mirjam de Munnik – Marketing Director Netherlands – met veel energie aan bouwt.

In deze context is Eraneos bewust op zoek gegaan naar partners die niet alleen uitvoerend sterk zijn, maar ook strategisch meedenken. Voor Mirjam is het essentieel dat een bureau haar team uitdaagt en scherp houdt.



Mirjam de Munnik

Marketing Director Netherlands Eraneos

“Ik vind zelf altijd dat je iemand nodig hebt met een frisse externe blik,” vertelt ze. “Niet iemand die alleen doet wat je vraagt, maar iemand die ook echt meedenkt en je scherp houdt. Ik zoek juist partijen die met nieuwe ideeën komen, die ons forceren om te blijven vernieuwen en ons helpen om vooruit te kijken. Die rol zie ik echt weggelegd voor bureaus – juist omdat zij met verschillende klanten werken, bredere marktinzichten hebben en daardoor veel beter in staat zijn om ons te inspireren.”

Sterke content en campagnes

Eraneos werkt met Merkelijkheid aan uiteenlopende marketingactiviteiten. Samen werken we aan het bedenken en uitvoeren van campagnes, het ontwikkelen van content en het slim inzetten van die content om de juiste doelgroepen op het juiste moment te bereiken.

“Ik zou zeggen dat de campagnes centraal staan,” vertelt Mirjam. “We werken samen aan verschillende soorten campagnes – van naamsbekendheid en branding tot meer gerichte initiatieven zoals ABM. Daarbij denken jullie echt mee over hoe we klanten het beste kunnen bereiken, en dan vooral ook qua content. Niet alleen artikelen, maar ook de opbouw van de content in campagnes, video’s – dat hele stuk pakken jullie goed op. Daarin zijn jullie ook echt onderscheidend ten opzichte van anderen.”

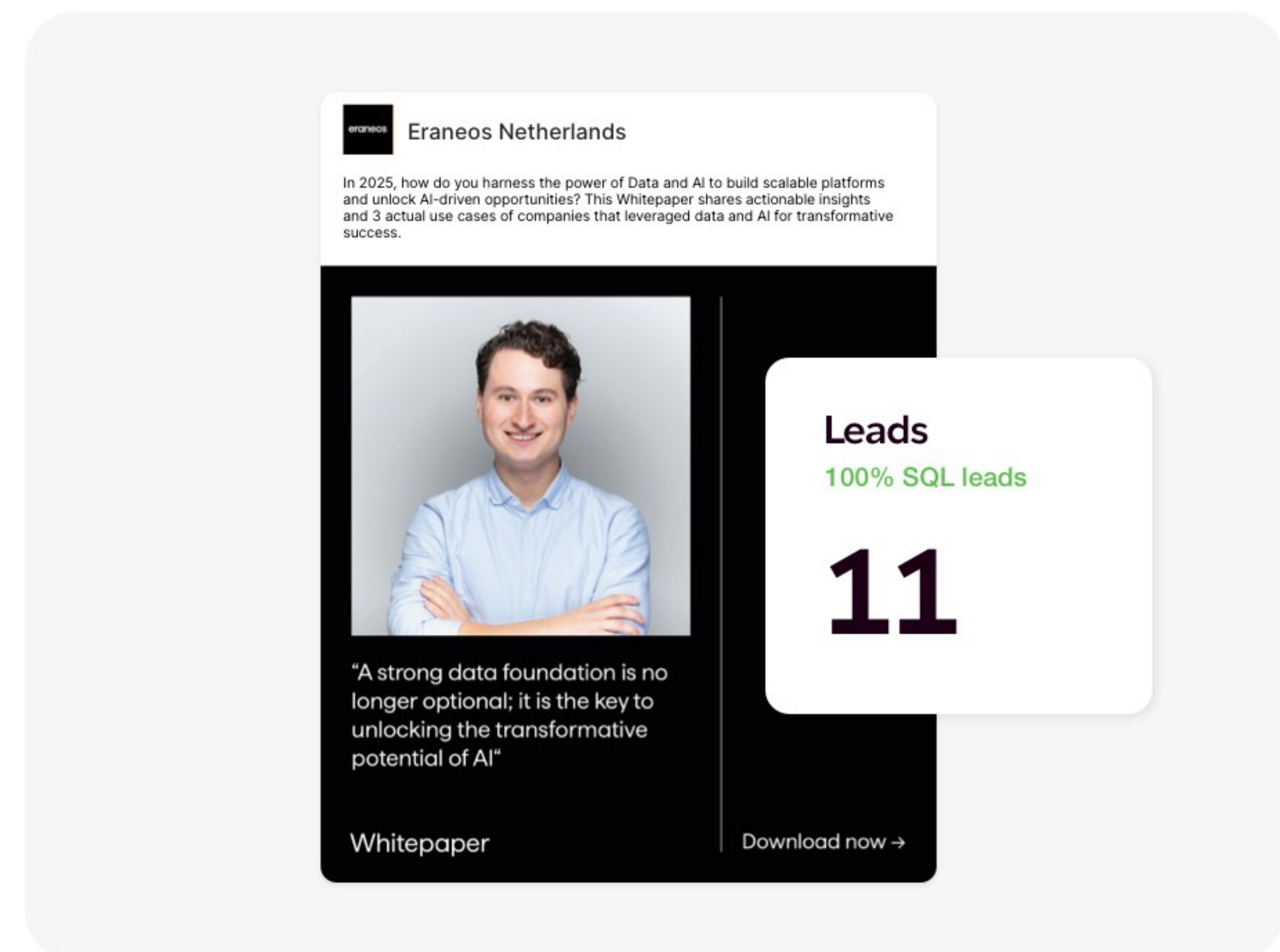
Pragmatisch samenwerken, snel schakelen

Wat Mirjam waardeert in de samenwerking, is de pragmatische aanpak, het snelle schakelen en de bereidheid om te experimenteren. “Ik vind dat jullie altijd heel goed meedenken,” zegt ze.

“Wat mij opvalt: jullie reageren snel, staan open voor het testen van nieuwe dingen zoals recent bijvoorbeeld de LinkedIn conversation ads, en pakken het campagnebeheer strak op. Jullie zijn gewoon heel pragmatisch in de aanpak, en dat werkt heel prettig. En ook qua content doen jullie het echt goed, dat mag zeker genoemd worden.”

Wel blijft het inzichtelijk maken van de volledige impact van marketing een uitdaging, met name door de lange salescycli in de consultancywereld.

“Het is lastig om het hele verhaal van lead tot deal scherp te krijgen – niet alleen voor Merkelijkheid, maar voor ons allemaal. We werken eraan om dat beter te kunnen vertalen richting de interne organisatie.”



Zou Mirjam Merkelijkheid aanbevelen?



Mirjam de Munnik

Marketing Director Netherlands Eraneos

“Als je zoekt naar een kleinschalig, pragmatisch bureau dat écht meedenkt en sterk is op contentvlak, dan zit je goed. De lijnen zijn kort, er wordt snel geschakeld – dat maakt het voor mij heel prettig werken.”