

Netsociety drukt de neus aan het venster

'We willen in vijf jaar marktleider zijn'

Netsociety groeide 'onder de radar' uit tot een bureau met twintig medewerkers, een vestiging in Brussel en een vijftigtal klanten. De komende periode is cruciaal voor het 'search & new media agency'. Want het wil in vijf jaar naar de top.

Jongens die je vroeger na schooltijd achter het fietsenhok in elkaar mepte, omdat ze beverige, bleke bedplassers waren of omdat ze de verkeerde schoenen droegen of gewoon omdat het dinsdag was, jongens die pas na alle meisjes gekozen werden bij gym, jongens die zich opsloten in hun zolderkamertje en pas jaren later tevoorschijn durfden te komen toen ze hun aldaar gestarte internetbedrijfje voor miljoenen hadden verkocht – die jongens zijn verdwenen. Dat is misschien wel de opmerkelijkste verdienste van web 2.0: de 'ontnerding' van internetondernemers. De webzakenmannen van nu zijn niet alleen zindelijk, ze dragen de goeie schoenen, ook op dinsdag.

De e-entrepreneurs 2.0 zijn bevlogen maar zakelijk, ambitieus maar realistisch, getalenteerd maar tegelijk zorgvuldig bezig met het vermarkten van dat talent. Ze hebben een topsportmentaliteit, maar zijn toch sociaal en emotioneel slim, zijn professioneel maar nog opvallend 'vet cool': ze dragen zelfs overhemden van Hans Ub-

bink en een peperduur Panerai Luminor Marina-horloge.

De drie oprichters van search & new media agency Netsociety zorgen ervoor dat ze pieken wanneer ze moeten pieken, dat ze op het goede moment op de goede plaats zitten, zoals een jaar geleden nog bijvoorbeeld in het managementteam van Google Nederland. Maar welke malloot gaat er nou uit zichzelf weg bij hét bedrijf van nu? "We hadden andere ambities en we zagen gigantische kansen in de markt", zeggen Maurice Pothof (33), Erik Broekhuis (35) en Koen Koppens (27) in koor. "We hebben het enorm naar onze zin gehad bij Google, maar het ondernemende was eraf. Je ziet dat de organisatie groter wordt, er komen andere regels, het wordt wat meer corporate-achtig. Wij konden wat minder goed omgaan met de afnemende bewegingsvrijheid", zegt Pothof, ooit een van de oprichters van AdLink Nederland en daarvoor mediaplanner bij Crossmedia in Duitsland.

En die 'gigantische' kansen? "We zijn alledrie ondernemende figuren, we weten

dat heel veel klanten midden in een zoektocht zitten naar hoe ze internet moeten inzetten binnen hun marketingstrategie. En in Nederland is de ondersteuning op dat gebied onvolwassen", aldus Broekhuis – eerder senior consultant bij Accenture en in verschillende commerciële functies bij Oracle. Waaraan Koppens – ex-managementconsultant in de energiebranche – direct toevoegt: "Grote adverteerders werken met traditionele mediabureaus die dat minder snel opgepakt hebben en daardoor inmiddels wat achter liggen op dit gebied."

Nulmeting Hoe vecht Netsociety dagelijks tegen dat welig tierende conservatisme, zeker bij adverteerders, en hoe bikken zij mensen uit dat traditionele keurslijf? Pothof: "Stap 1 bij iedere samenwerking is altijd meten. Om aan te kunnen tonen dat het werkt wat we doen. De eerste vraag die we stellen is elke keer of het meetelement op orde is. Zo niet, dan optimaliseren we de configuratie daarvan, zodat we een juiste nulmeting kunnen doen."

Netsociety ziet 'gigantische kansen'

Wie? Maurice Pothof, Erik Broekhuis en Koen Koppens

Wat? Oprichters/partners Netsociety

Waar? Pand Noord, Amsterdam

Klanten? ING Bank, DSB Bank, SNS Bank, Fortis ASR (tegenwoordig ASR Nederland), Thomas Cook, Sunweb, Corendon, Zoover, Brunel, Intertoys, Belcompany, UPC en Warchild



Netsociety en het G-woord

Koen Koppens, Erik Broekhuis en Maurice Pothof:
'Adverteerders vragen ons hoe ze minder afhankelijk
kunnen worden van Google.'

Wat voor propositie kies je in zo'n (markt)situatie? "Eentje die volledig in het teken staat van het resultaat van de klant", zeggen ze weer eenstemmig. Broekhuis: "Dat klinkt zoetsappig, maar het is echt zo. We willen de juiste bezoekers aantrekken middels zoekmachinemarketing, optimaliseren van conversie op de website en analytics. En voor alledrie die disciplines hebben we een accreditatie gekregen van Google, dat is vrij uniek."

Google Het G-woord is weer gevallen. Hoe groot is eigenlijk het risico dat hun adviezen niet stiekem nog steeds stevig door Google zijn geïnspireerd en beredeneerd? Pothof: "Veel adverteerders stellen ons ook ongeveer die vraag, namelijk hoe ze minder afhankelijk kunnen worden van Google. Wij hebben natuurlijk onze achtergrond bij Google, maar ondertussen zijn we al met twintig medewerkers. En de meeste mensen die aan de knoppen zitten,

hebben die achtergrond helemaal niet."

Hun eerste jaar hebben ze 'onder de radar' kunnen manoeuvreren om "een vijftigtal echt serieuze namen" aan zich te binden: veel banken, veel reisorganisaties. En inmiddels zijn ze op een punt "dat concurrenten weten dat we in een pitch erbij zitten". Pothof: "En je hebt de vraag nog niet gesteld, maar reikt onze grens verder dan ons kantoor in Brussel? Voorlopig niet, want we komen hier nog wel voor wat uitdagingen te staan. We willen binnen vijf jaar marktleider zijn in fullservice internetadvies. De ba-

**'WE HADDEN HET
ENORM NAAR ONZE ZIN
BIJ GOOGLE, MAAR
HET ONDERNEMENDE
WAS ERAF'**

sis is nu zeer gedegen, we hebben echt fantastische klanten. Maar we hebben meer senior mensen nodig, wellicht een aantal serieuze mensen. Dit is een cruciale fase: zij moeten een deel van onze managementtaken over gaan nemen, dus wij moeten echt een vinger aan de pols gaan houden." Een voorbeeld: eind vorig jaar nam Netsociety onder meer de bekende seo-expert Peter van der Graaf over van ClearSense.

Rest alleen nog de vraag hoe ze zich in die pitches willen onderscheiden van hun concurrenten. Over het antwoord wordt niet lang nagedacht. In koor: "Rapportage en proactiviteit." Koppens: "Ja, we moeten wel een beetje oppassen dat we niet alleen maar inkoppers op tafel smijten. Maar als we die twee dingen noemen in ieder klantgesprek, slaan we de spijker op de kop. We horen van klanten dat rapportage en proactiviteit bij ons ook écht beter op orde zijn."