

Artefact: “Best workplace voor data en digital marketing consultants met ambities”

Artefact onderscheidt zich door een pragmatische aanpak waarin Digital Marketing, Data en Consulting gecombineerd worden. Hierdoor helpen we klanten om op digitaal gebied te excelleren. Artefact is een internationaal bedrijf met 1.000 consultants, waarvan ruim 60 in het Benelux kantoor in Utrecht. Hier werken we samen met klanten om tastbare resultaten te boeken. Dat heeft in zowel 2019 als 2020 geleid tot 50% groei en een klantretentie van ruim 90%.

Het succes is te danken aan een sterke propositie, een getalenteerd team en een cultuur die aansluit bij de ambities van de mensen. Door middel van Digitale Activatie, Data Marketing en Data Consulting biedt Artefact end-to-end ondersteuning bij data-, tech- en marketing vraagstukken. Hierin nemen de consultants een adviserende of uitvoerende rol aan. Bij voorkeur inhouse als onderdeel van het klantteam. Met de beste tech partners wordt aan een passende aanpak voor de klant gewerkt, om digital marketing en data écht te verbinden. Op deze wijze helpen wij klanten hun business vragen of uitdagingen op te lossen. Veel van deze klanten (waaronder Heineken, Douwe Egberts, GrandVision, Adyen en VidaXL) vertrouwen op Artefact als hun digital & data partner.

Artefact Benelux zal ook in 2022 en de jaren daarna blijven groeien, wat vraagt om nog meer goede consultants. Dit jaar zijn er al meer dan 20 nieuwe collega's gestart. Opvallend: de nieuwe collega's gaven allen aan dat de positieve sfeer, de vele leermogelijkheden en het internationale karakter de redenen zijn waarom zij voor Artefact kozen.

Een divers team

Het team van Artefact Benelux kent momenteel meer dan 60 consultants uit 19 verschillende landen. Dat maakt het een divers team waardoor de klant goed geholpen kan worden. Die diversiteit is niet alleen gunstig voor het werk bij klanten, maar uit zich ook in de gezellige momenten. Een *potluck diner* - waar iedereen een gerecht maakt, of het vieren van *Día de Muertos* bijvoorbeeld.

“De corona tijd heeft er bij ons voor gezorgd dat we op een andere manier met elkaar



in verbinding bleven op professioneel en persoonlijk vlak. Voorheen ging dat bijvoorbeeld bij het koffiezetapparaat. Tijdens de corona crisis gebeurde dat vaker online. Nu we hybride blijven werken, ontstaat er een mix van gebruiken om goed met elkaar in verbinding te blijven.” Aldus Willemijn Boskma, HR director bij Artefact Benelux.

Naast het diverse team, wordt de cultuur bij Artefact gekenmerkt door mensen die *eager* zijn om te leren, zichzelf uitdagen, kansen zien en die ook pakken. Maar tegelijkertijd, iemand die met plezier anderen helpt, iets voor een goed doel wil doen en het mooi vindt om met collega's te zingen in de karaokebar. Die combinatie van ambitieus zijn op de inhoud, maar meer van jezelf laten zien dan alleen werk - dat typeert wde Artefacter.” Aldus Boskma. Ze vertelt verder: “Om uit te blinken als bedrijf, wil je dat je mensen goed in hun vel zitten dat ze zichzelf kunnen zijn, ze veel leren en kunnen bijdragen aan de organisatie én de maatschappij. Vanuit HR hebben we verschillende initiatieven, en hebben we ook een ‘Culture Club’ en een ‘Impact Hub’.

‘Culture Club en Impact Hub’

Aandacht geven aan de cultuur en samenleving is belangrijk voor het ervaren van werkgeluk en connectie met elkaar. Dit wordt vervolgens gereflecteerd in het werk voor klanten. “We hebben een ‘Culture Club’ van waaruit verschillende initiatieven worden georganiseerd. Of het nu een kookworkshop is, een diner in de stad, verrassingen per post, of een online complimenten box. Voor ieder is er wat wils.” geeft Boskma aan. Ook is er aandacht voor maatschappelijke initiatieven via de ‘Impact Hub’: “deze Hub werkt bijvoorbeeld pro bono aan klantvragen, organiseren inspirerende talks over duurzaamheid en organiseren evenementen voor goede doelen. Onlangs hebben we zo voor Oekraïne een succesvolle actie gedaan.”

ARTEFACT
VALUE BY DATA

Meer weten over werken bij óf met Artefact?
Bezoek onze website artefact.com.