

Hoog tijd om offline campagnes te digitaliseren

SOMMIGE BRANCHES LEUNEN NOG STEEDS ZWAAR OP OFFLINE CAMPAGNES. DEZE INVESTERINGEN ZIJN NIET TOEKOMSTBESTENDIG, VOORAL DOOR DE OPMARS VAN DIGITALE DISRUPTORS. HOOG TIJD VOOR EEN DIGITALE INHAALSLAG. VOLGENS MAGNEDS EEN STAP DIE MAKKELIJK TE MAKEN IS.

WILCO DE BIE EN JURGEN SWAANS



Magneds is een internetbureau dat gespecialiseerd is in fullservice sales- en loyaliteitsoplossingen. “Daar ligt onze kracht; op andere gebieden zijn we niet actief”, benadrukt CEO Jurgen Swaans. Magneds werkt voor de volgende branches: fast moving consumer goods (FMCG), petrol en foodservice. Sinds kort is Magneds ook actief in de foodretail: het bureau gaat voor enkele supermarktketens aan de slag. Volgens Swaans hebben deze vier branches een duidelijke gemene deler. “Ze leunen nog steeds zwaar op offline middelen om consumenten te bereiken. Hun campagnes sluiten niet aan bij de wens van consumenten om online te communiceren en verrast te worden. Met als gevolg dat deze branches hun klant en diens gedrag niet leren kennen. Dat is lastig als je een succesvolle marketingcampagne wilt voeren.”

DATABASE

“Met onze salesoplossingen zorgen we dat consumenten via een offline aankoop online meedoen met de campagne of het programma”, vertelt Client Strategy Director Wilco de Bie. “De trigger om dit te doen is bijvoorbeeld een geldterugactie, winactie of actie waarbij je een kortingsvoucher voor de bioscoop ontvangt bij de aankoop van een of meer producten. Dit is een laagdrempelige en kostenefficiënte stap voor onze opdrachtgevers om een klant te identificeren, te leren van zijn gedrag en hem daardoor beter te servicen. Dat is het vertrekpunt om bedrijven vervolgens te ondersteunen bij het online doorontwikkelen en verdiepen van campagnes en merkloyaliteit. Denk aan een digitale spaarkaart waarmee je vanaf een bepaald aantal zegels korting op A-merken kunt krijgen. Onze opdrachtgevers hoeven daar zelf geen producten voor in te kopen of deals voor te maken:

wij ontzorgen hen daarin vanuit ons uitgebreide partnernetwerk van A-merken.”

S7-PLATFORM

Magneds heeft zelf een SaaS-platform voor zijn oplossingen ontwikkeld: S7. “Het is gebruiksvriendelijk, schaalbaar en wordt inhouse continu doorontwikkeld”, vertelt Swaans. “Met S7 maak je high-end sites en apps. Het is een kapstok c.q. de lijm voor je individuele campagnes, waarbij je de mogelijkheid hebt om bij te sturen en te evalueren, zodat je het maximale uit je database haalt.”

“Dankzij de combinatie van ons S7-platform en onze creativiteit kunnen we vanuit een gestandaardiseerde en bewezen techniek iedere keer nieuwe maatwerkcontent voor opdrachtgevers creëren. Een mooi voorbeeld is het Eurosparen-platform van FrieslandCampina. Via S7 beschikt FrieslandCampina nu over een database van 1.25 miljoen consumenten. Het platform heeft dagelijks meer dan 35.000 unieke bezoekers. Hiermee heeft FrieslandCampina een eigen online mediakanaal gekregen, zodat het minder afhankelijk is van externe media om te communiceren en sales te bevorderen.”

VEILIGHEID

“Wij hebben acht jaar geleden al besloten dat veiligheid en privacy van fundamenteel belang zijn”, zegt De Bie. “Het S7-platform zorgt voor een veilige opslag van klantdata op onze eigen servers in ons eigen datacenter in Nederland. Als een van de weinige internetbureaus hebben we een ISO 27001-certificering.”

“De persoonsdata staan nooit in de cloud, maar in een geïsoleerd netwerk dat niet bereikbaar is vanaf internet. We voldoen aan de Algemene Verordening Gegevens (AVG), ook wel bekend als General Data Protection

Regulation (GDPR). Daarnaast zijn we tot in detail op de hoogte van de vaak veranderende regelgeving, zodat onze campagnes nooit tot boetes leiden.”

DISRUPTORS

Gevraagd naar de toekomst, vertelt Swaans over de internationale ambities van Magneds. “We gaan de Europese markt op. In Zwitserland hebben we al een platform opgezet. Duitsland, Polen en Spanje volgen binnen afzienbare tijd.” Kijkend naar de branches waarin Magneds actief is, zegt De Bie dat digitaliseren een kwestie van nu of nooit is. “De markt gaat door disruptors snel veranderen. Er komen veel online-initiatieven aan, zodat merken en supermarkten aan relevantie inboeten. Ook regelgeving kan strenger worden, zodat een bier- of frisdrankmerk straks wellicht dezelfde restricties krijgt opgelegd als tabaksfabrikanten. De branches waarin wij actief zijn moeten daarom nu in databases investeren, anders zijn ze straks overgeleverd aan derden om consumenten te bereiken. Magneds is voor hen de ideale springplank om die eerste cruciale stap naar e-commerce te zetten.”

‘We zijn een fullservicespecialist in sales- en loyaliteitsoplossingen’



* THEMA'S

ACTIVATIE DIGITALE SHOPPER

SALES

KLANTLOYALITEIT

DATABASE

GDPR