

Bij crossmediale communicatie komen online en offline disciplines samen

MEER RENDEMENT

'Vaak is er een overvloed aan waardevolle klantdata, maar kan daar veel meer mee gedaan worden', zegt Mark Bonenkamp, directeur / eigenaar van Vogelaar Verzenders. 'Daarom hebben we een communicatieplatform ontwikkeld waarmee ondernemers in staat zijn om meer omzet en winst uit hun marketingactiviteiten te halen.'

Mark Bonenkamp: 'Van huis uit zijn we gericht op fysieke verwerking, maar we doen steeds meer online. Dat is heel anders denken en doen. Daar zijn we vijftien jaar geleden al mee begonnen. Inmiddels hebben wij een online team van vijf e-Marketing medewerkers, die onze klanten helpen met hun online communicatie. Online en offline gaan meer en meer hand in hand. Communicatie wordt steeds vaker crossmediaal ingezet. Er worden steeds meer kanalen samengevoegd in één marketingcampagne, zoals Direct Mail, online acties en e-mailnieuwsbrieven. Dat vereist kennis van beide takken van sport en die hebben we hier opgebouwd. Naast het fysieke Print & Mail en Fulfilment is e-Marketing bij ons een belangrijke pijler geworden. Wij hebben ons eigen communicatieplatform ontwikkeld. Daarmee kunnen onze klanten hun klanten en prospects benaderen vanuit één systeem en efficiënte marketingcampagnes uitvoeren. Zo zorgen we er voor dat de verschillende communicatiekanalen naadloos op elkaar aansluiten.'

Gemakkelijk te gebruiken De e-Marketingactiviteiten van Vogelaar Verzenders vallen onder verantwoording van Dirk van den Broek. Van den

Broek: 'We zagen bij onze klanten dat er veel waardevolle data waren, waar weinig tot niets mee gedaan werd. Dat is het vertrekpunt geweest voor het communicatieplatform dat wij ontwikkeld hebben. Bij het ontwikkelen hebben we onszelf de voorwaarde

gesteld dat onze tool voor iedereen gemakkelijk te gebruiken moet zijn, ook voor een leek. En dat is prima gelukt. Binnen het platform kunnen klantenprofielen eenvoudig worden ingericht, waardoor acties veel gericht uitgeoefend kunnen worden. Inmid-



**Online en offline
gaan meer en meer
hand in hand**

UIT KLANTDATA

dels zijn er – binnen een jaar tijd – meer dan honderd communicatieplatforms live.'

Zelf aan de knoppen 'Wat het Vogelaar Communicatieplatform zo bijzonder maakt, is dat je vanuit dit platform de belangrijkste kanalen kunt inzetten, ook de social mediakanalen', vervolgt Mark Bonenkamp. 'Want laten we reëel zijn, die worden steeds belangrijker om consumenten te bereiken. Ook in B-to-B kun je bijna niet meer om de sociale media heen.

Via het dashboard van het platform kun je in een paar muisklikken zelf aangeven waar je je berichten wilt posten. Als afnemer zit je zelf aan de knoppen, waardoor je de controle in eigen handen houdt. Het platform slaat een brug tussen de meest gebruikte kanalen en netwerken, zoals e-mail, social media, blog, website, sms en *landing pages*, door deze te integreren in één gebruiksvriendelijk dashboard. Zo kan ieder MKB en MKB+ bedrijfsgerichte cross- en multichannel-marketingacties uitvoeren.'

e-Marketing Andere activiteiten die onder de noemer Vogelaar e-Marketing vallen, zijn actiemarketing en de ontwikkeling van webshops. Dirk van den Broek: 'Hierbij gaat het onder andere om actiemarketingcampagnes, zoals tijdelijke prijspromoties, productintroducties, merkpromoties, spaarprogramma's, loyaliteitscampagnes en geldterug-acties. Hier hebben wij een tool voor ontwikkeld die wij voor de klant inregelen voor het verwerken van respons en het plannen van een vervolgactie. We gaan zelfs nog een stap verder door kennis en ervaring in te zetten om de klanten te helpen met het bedenken van efficiënte en effectieve actiemarketingcampagnes. Daarnaast helpen wij online retailers met de ontwikkeling en het onderhoud van webshops.'

Kwaliteit en duurzaamheid Mark Bonenkamp: 'Wij blijven ons aan de digitale kant constant vernieuwen. Vandaag de dag moet iedere ondernemer wel online actief zijn en blijven. Binnen ons bedrijf heeft e-Marketing nog veel groeipotentie. De volgende ontwikkeling is het verbinden van twee van onze business units, want er komt ook een "Direct Mail-knop" in het dashboard van ons communicatieplatform, waarmee de gebruiker geheel op afstand fysieke Direct Mail-acties kan uitvoeren. Daarnaast blijven we ons focussen om de andere pijlers – Print & Mail en Fulfilment – goed en duurzaam te blijven invullen. En ook onderaan de streep moet het kloppen. We willen graag een gezond bedrijf blijven.' **PM**



Dirk van den Broek (l) en Mark Bonenkamp: 'Wij hebben ons eigen communicatieplatform ontwikkeld, waarmee onze klanten hun klanten en prospects vanuit één systeem kunnen benaderen.'