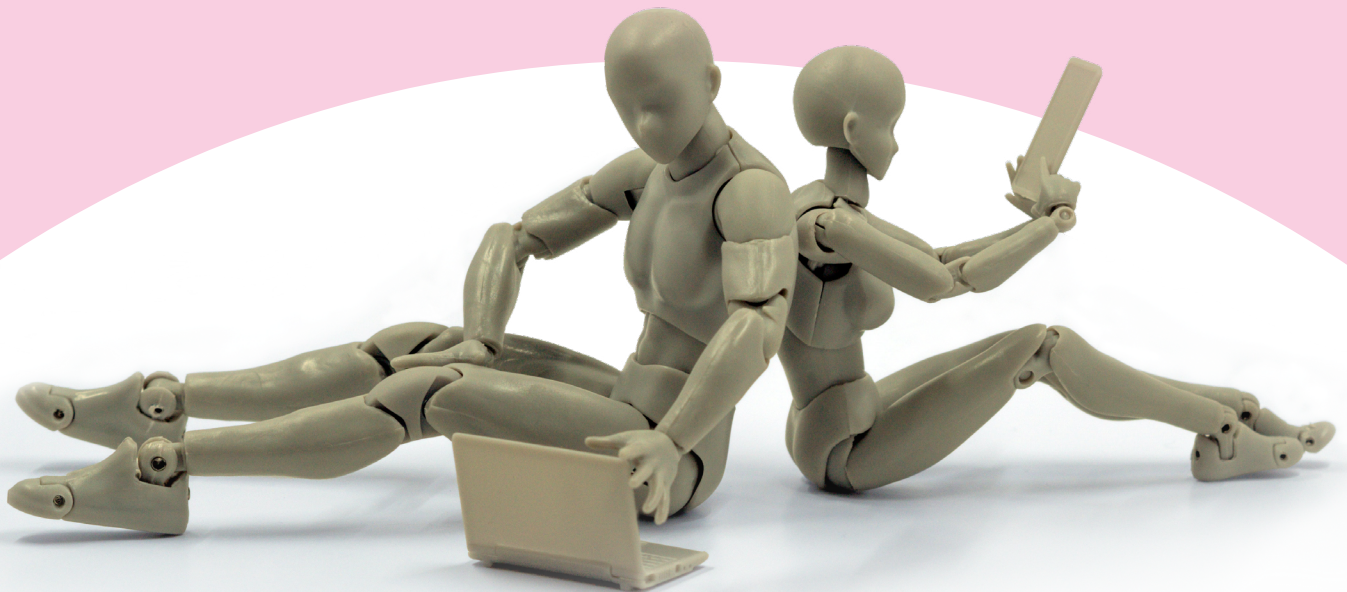


Hoe overleef je het radicaal veranderd klantgedrag?



De Corona pandemie heeft een disruptief effect op allerlei vertrouwde processen en dit zien we terug in het klantengedrag. De rol van digitalisatie of digitale transformatie is dan ook in een stroomversnelling terechtgekomen.

Waar moet je aan denken als je digitalisatie/digitale transformatie wilt inzetten? Ontdek alles over de aanpak in deze whitepaper.

Inhoudsopgave

03

Hoe overleef ik het radicaal veranderend klantengedrag?

04

Digitalisatie en digitale transformatie?

05

Veranderend consumentengedrag

06

Kosten efficiëntie

07

Wat komt er kijken bij een digitale transformatie?

10

Praktijkvoorbeelden

- Raleigh
- Oerol

14

Digitale transformatie, de belangrijkste motivatoren

15

Dagelijkse praktijk

16

Expertise

17

Waar moet deze partner volgens Oberon aan voldoen?

18

Maak kennis met Oberon

Hoe overleef je het radicaal veranderd klantgedrag?

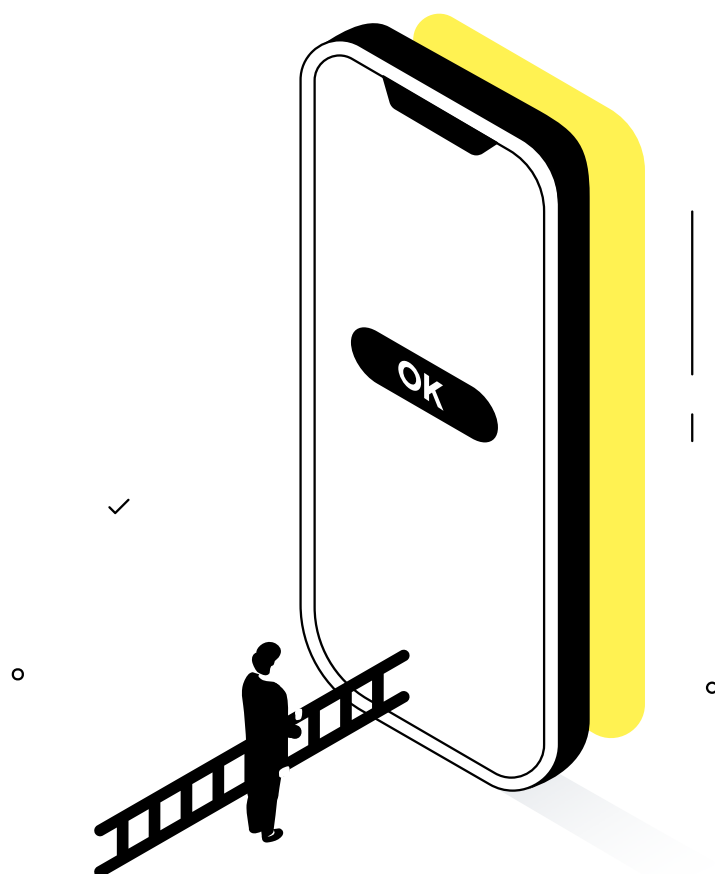
Digitalisatie en digitale transformaties zijn in een stroomversnelling geraakt. Deze stroomversnelling wordt gedreven vanuit het radicaal veranderd klantgedrag als gevolg van de Corona pandemie.

De verandering lijkt sterk bij te dragen aan de ontwikkeling van nieuwe (proces) oplossingen en dit gebeurt in een ongekend rap tempo. Vooral de gevestigde orde met verouderde platformen en eindeloze ontwikkelcycli, maar ook relatieve nieuwkomers ondervinden nu een enorme druk om te moderniseren.

Niemand heeft deze stroomversnelling kunnen voorzien, maar de realiteit is dat niet inspelen op het radicaal veranderend klantgedrag in de meeste gevallen desastreuze gevolgen zal hebben!

Digitaal transformeren of niet is voor bedrijven geen keuze meer, maar een noodzaak. De noodzakelijke innovatie is zeer goed mogelijk door de vele beschikbare technologieën die voorhanden zijn, maar de crux zit hem in het feit dat bedrijven over een beperkte expertise beschikken om de benodigde technologie binnen de organisatie te krijgen.

De afgelopen maanden zijn wij overspoeld door bedrijven met de vraag; hoe pak ik de digitalisatie of een digitale transformatie aan? In deze whitepaper gaan we in op waar je aan moet denken, hoe bedrijven dit aanpakken en wat komt kijken bij digitalisatie/digitale transformatie.



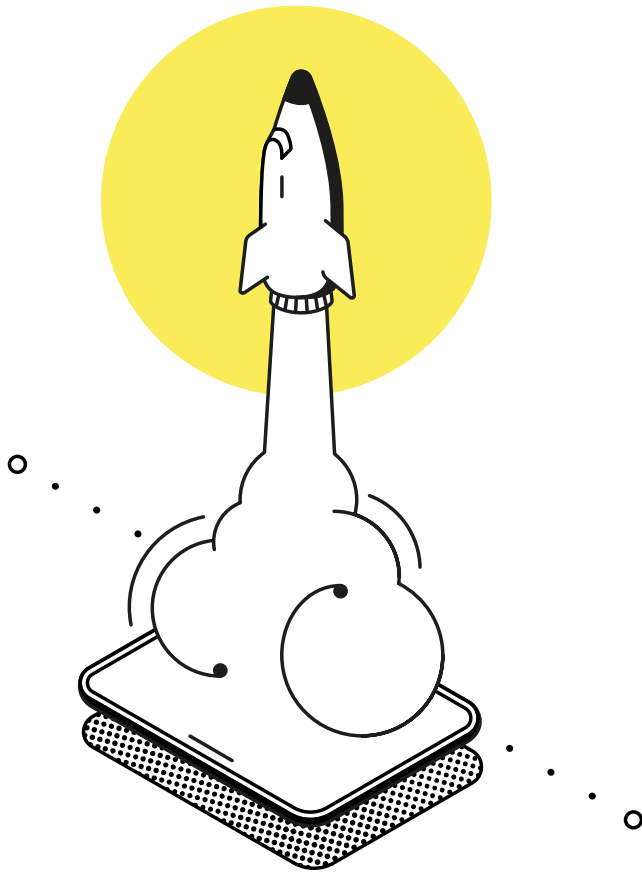
Digitalisatie en digitale transformatie?

A: Digitalisatie:

Digitalisatie is volgens Gartner het gebruik van digitale technologieën om een bedrijfsmodel te veranderen, nieuwe inkomsten te genereren en oplossingen te bieden die waarde creëren; het is het proces naar een digitaal bedrijf.

Door middel van digitalisatie wordt het mogelijk om met digitale informatie bedrijfsresultaten te maximaliseren, nieuwe inkomsten te creëren en kosten en klantervaringen te optimaliseren.

Digitalisatie moet leiden tot innovatie van het bedrijfsmodel en nieuwe processen. Het veranderingsproces zal ongetwijfeld een versturende (vernieuwende) invloed hebben op het bestaande bedrijfsmodel maar het doel heiligt de middelen; behalen van een verbeterde concurrentiepositie en kostenefficiëntie.



B: Digitale Transformatie

Digitale transformatie is of het overschakelen op of het doelmatig gebruiken van digitale middelen ter verbetering van de prestaties. Het betekent voor een organisatie dat men digitale middelen voluit gaat benutten om concurrentievoordeel te realiseren.

Digitale Transformatie is, na digitalisatie, het evoluerende streven naar innovatieve en flexibele bedrijfs- en operationele modellen. Bestaande werkwijzen, denkpatronen en gewoonten moeten vervangen worden door een aanpak die zich richt op een zo hoog mogelijk niveau van klantgerichtheid.

Digitale transformatie grijpt dus in op jouw bedrijfsprocessen, op jouw IT oplossingen en zelfs op jouw bedrijfscultuur. Het is een redelijk complexe ingreep waarvoor specialistische kennis nodig is om er goede beslissingen over te kunnen nemen. Hoe creëer je nieuwe waarden en positieve ervaringen voor je klanten?

Hierbij gaat het om het ontwikkelen van transformationele marketingstrategieën, het creëren van naadloze klantervaringen, het ontwikkelen van jouw slimme, snelle en flexibele organisatie en toekomstbestendigheid.

Het aantrekkelijke van de digitale transformatie zit in het netwerk van digitale verbindingen dat mensen met steeds meer andere mensen, bedrijven, toestellen en kennis, tot communicatie en interactie brengt. Met andere woorden alle digitale manieren/omgevingen waardoor mensen en bedrijven met elkaar verbonden zijn. In deze tijd is het, gezien het radicaal veranderend klantgedrag, noodzakelijk om minimaal de digitalisatie te hebben ingezet maar bij voorkeur digitaal te transformeren.

Veranderend consumentengedrag

Voor de bedrijven die het nog niet wisten, de concurrentie komt van alle kanten en dat ondervindt vrijwel elke onderneming nu dagelijks. Ben je niet in contact met je klant en kan je niet snel en eenvoudig reageren op de constant veranderende behoefte van je klant dan wordt je links en rechts ingehaald.

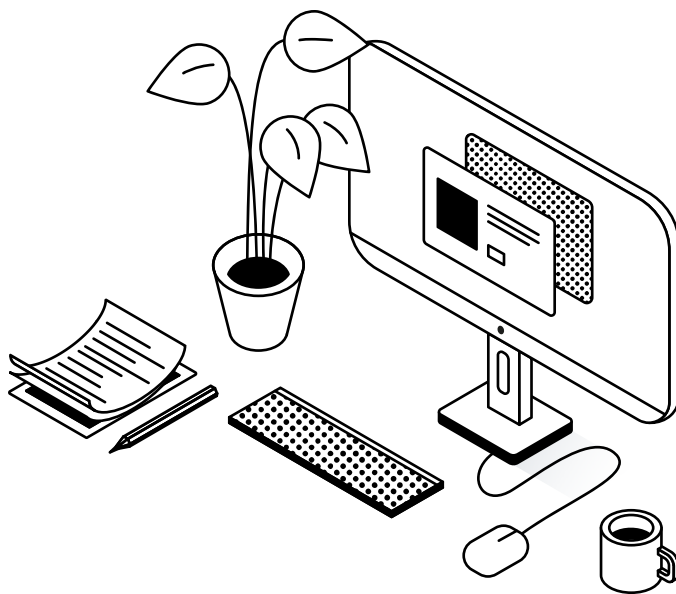
De klant in Corona tijd verwacht een consistente merkbeleving, contact via jouw website of via een mobiele app, het moet volledig op elkaar zijn afgestemd. Business wise worden bedrijven dus abrupt gedwongen om hun digitale transformatie agenda aan te passen en te versnellen om er zeker van te zijn dat hun merk op de juiste manier wordt gepositioneerd om zo te verzekeren dat de relaties met hun klanten blijft bestaan.

Hierbij is de inzet van de juiste data en technologieën essentieel. Ondanks dat wij niet weten hoe lang de huidige situatie nog zal duren, is het van groot belang dat elke onderneming zich focust op digitalisatie/digitale transformatie. Is dit makkelijk? Niet altijd en het brengt geheel nieuwe uitdagingen met zich mee. Welke waardepropositie past bij jouw onderneming en zijn voor jouw klanten relevant?

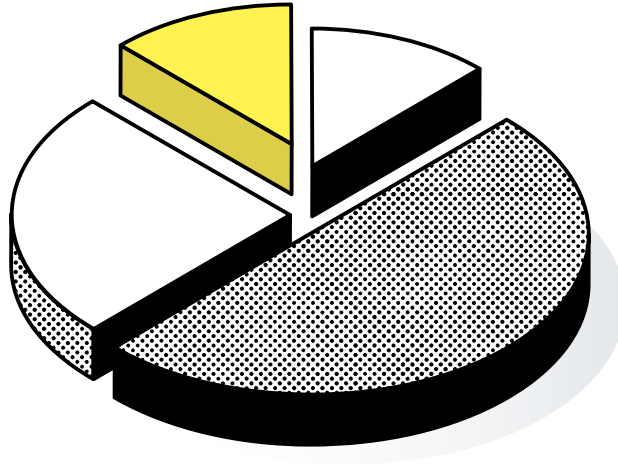
Zoals gezegd, de verwachtingen van klanten zijn door de Corona pandemie enorm snel veranderd. Wanneer je als organisatie niet op tijd invulling geeft aan de digitalisatie van zaken doen, kom je pas (te) laat in de buyer journey in contact met prospects en leads. Deze zijn dan nog nauwelijks te beïnvloeden. Een substantieel deel van de klantbeleving wordt momenteel dus online bepaald.

Niet alleen in het marketingproces, maar ook in het achterland aan interne processen, binnen de gehele organisatie, zal er een transitie plaats moeten vinden om nieuwe waarde te creëren en zo de klant te behouden en voor je te winnen.

Digitalisatie is nooit een eenmalig of statisch iets maar is nu in ieder geval wel een must. Wie pre Corona online zaakjes niet op orde had kwam daar regelmatig nog goed mee weg maar die tijd is voorbij!



Kosten efficiëntie



Verouderde infrastructuur en technologie maakt jouw platform niet alleen kwetsbaar maar ook kostbaar. Oude(re) technologie betekent dat aanpassingen moeilijker zijn en dus moeten ontwikkelaars in dienst worden gehouden omdat alleen zij kennis hebben in de verouderde programmeertaal. In de praktijk betekent dit dat het systeem zich niet ontwikkelt en het meer gaat over het in de lucht houden van een verouderd systeem.

Een optimale digitale organisatie is natuurlijk zoveel mogelijk Cloud-based. Cloud based biedt de flexibiliteit die noodzakelijk is om klanten optimaal te faciliteren met tools en services. De Cloud vervangt bezit door gebruik. Hierdoor worden kosten beheersbaar en het platform schaalbaar.

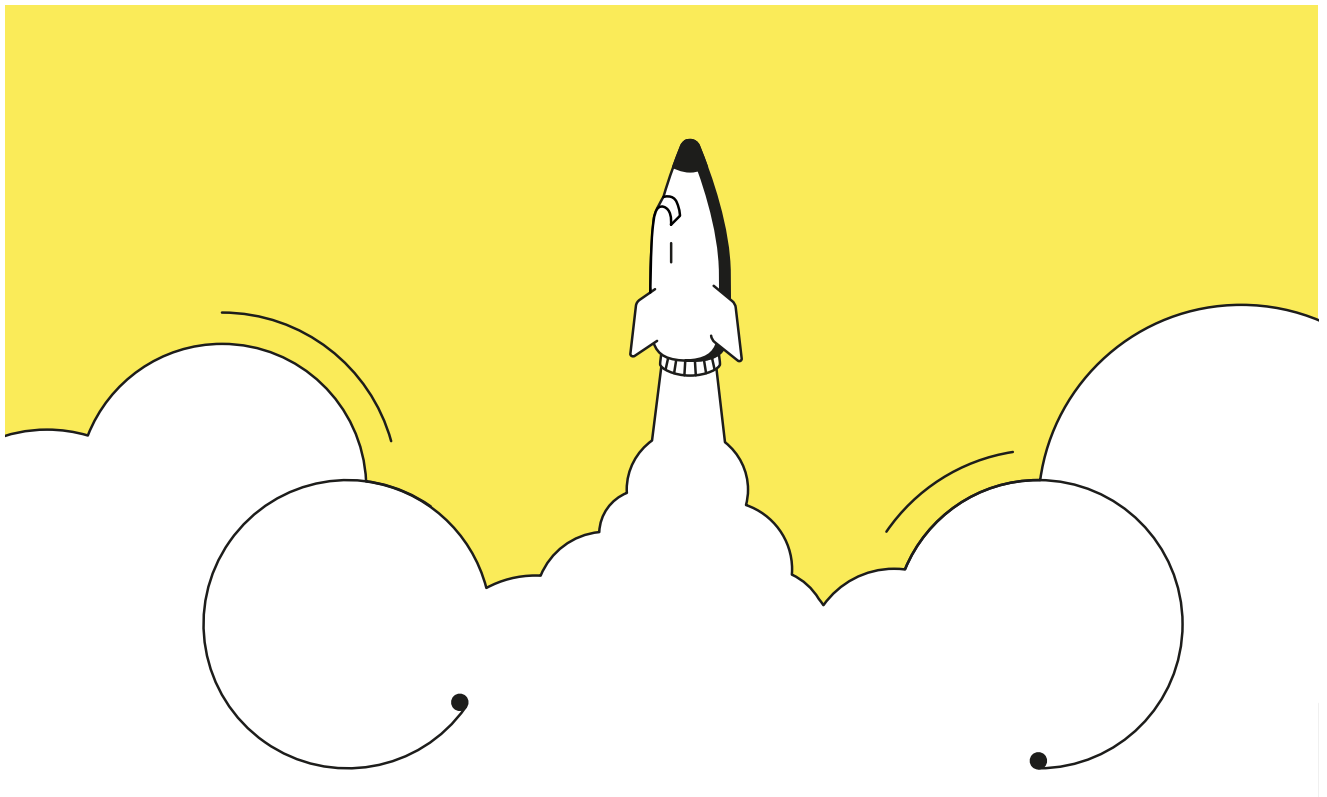
De kosten voor infrastructureel beheer en installatie komen te vervallen want deze kosten komen op het conto van de Cloudleverancier. Het kiezen van de juiste technologieën draagt niet alleen bij aan de schaalbaarheid, toekomstbestendigheid en snelheid van het platform maar maar ook in het verlagen van de kosten. Daarnaast zijn aanpassingen snel en efficiënt te maken wat tevens bijdraagt aan een verdere verlaging van de kosten.

Wat komt er kijken bij digitale transformatie?

De basis voor digitalisatie is leren begrijpen wat de echte impact is die de technologie gaat hebben op jou en jouw mensen, de processen en de oplossingen, zowel op korte als op langere termijn.

Oude IT architecturen zijn standalone, statische omgevingen die niet ingericht zijn op het kunnen maken van snelle wijzigingen. Dit maakt jouw platform kwetsbaar en je komt niet tegemoet aan de eisen van jouw veeleisende klant. Snelle wijzigingen kunnen maken is cruciaal en dus is het creëren van een toekomstbestendig en schaalbaar (e-commerce) platform een must!

Digitalisatie/digitale transformatie is geen eenmalig iets, het is een continu proces dat mee evolueert met veranderende bedrijfsprocessen, klantwensen en marktomstandigheden. De snelheid waarop je veranderingen doorvoert of wilt doorvoeren is enorm belangrijk en met de implementatie van de juiste technologieën zeer goed mogelijk.



Technologie



De inzet van de juiste technologie(en) leidt dus niet alleen tot noodzakelijke verbeteringen in bestaande/nieuwe/verbeterde processen maar ook in de meeste gevallen tot kostenefficiency. Bepaal op welke manier technologie jouw bestaande processen kan optimaliseren of hoe technologie juiste nieuwe processen creëert.

Maximaliseer de impact van digitalisatie door meerdere technologieën in te zetten. Hierdoor creëer je of verbeteringen in bestaande processen of nieuwe en verbeterde processen. Begin klein als je twijfelt, kies de voor jou meest geschikte technologie om in een zo kort mogelijke tijd een toekomstbestendig resultaat te boeken.

A: Microservices architectuur

Er is al veel geschreven over een microservices architectuur. Eén applicatie wordt opgeknipt of opgebouwd uit kleine onderdelen die zelfstandig verantwoordelijk zijn voor hun eigen stukje van de applicatie.

Deze kleine stukjes zijn dus autonoom, communiceren onderling over hun resultaten en zijn zo gezamenlijk een grote applicatie. Het concept bestaat al lang en de laatste jaren is er zelfs kortstondig een echte hype over ontstaan.

Het grote voordeel is dat onderdelen van de applicatie hierdoor veel makkelijker aangepast of zelfs vervangen kunnen worden en voorkom je een monolithisch systeem waar je eigenlijk nooit meer vanaf kan.

Oberon maakt regelmaat gebruik van een microservices architectuur omdat het keer op keer zichzelf heeft bewezen dat het voor onze klant de mogelijkheid biedt om gevraagde veranderingen snel en consequent door te voeren.

C: React

Een moderne technologie voor moderne webapplicaties. React stelt je in staat om moderne single page applications (SPA's) te bouwen. Hiermee laden pagina's snel en creëer je een vloeiende gebruikerservaring. Met behulp van Server Side Rendering wordt het tonen van pagina's nog sneller en is je website toch geheel geoptimaliseerd voor zoekmachines.

B: Gatsby

Traditionele websites gaan pas op zoek naar je data zodra je de website opent, waardoor de gebruiker vaak naar een trage website zit te kijken. Gatsby 'kauwt' al deze behoefte al ver van te voren voor, waardoor je eindigt met een site die super snel is. Omdat er geen extra verwerking nodig is, kunnen we de website goed cashen en serveren vanaf een datacenter in de buurt van de gebruiker die de website bezoekt.

Alle data behoeftes gaan binnen Gatsby via GraphQL. Waar traditionele API's je heel veel data geven die de applicatie misschien helemaal niet gebruikt, zorgt GraphQL ervoor dat je alleen maar de broodnodige gegevens binnenhaalt.

Dit draagt ook weer bij aan de snelheid van de websites, vooral op bijvoorbeeld mobiele verbindingen waar data schaars is. Tevens is het voor ontwikkelaars dankzij GraphQL erg simpel om meerdere databronnen (bijvoorbeeld Craft en Wordpress~) te combineren met elkaar.

React Native is het broertje van React. Speciaal voor de bouw van mobiele apps. React Native combineert de kracht en het gemak van React met de native feel van echte iOS en Android apps.

Raleigh e-commerce platform

- Praktijk voorbeeld 01

Maak ons e-commerce platform schaalbaar, toekomstbestendig en extreem snel! De Accell Group is de Europese marktleider in e-bikes en de op een na grootste in fietsonderdelen en -accessoires. Bekende fietsmerken in de portefeuille zijn onder meer Haibike, Winora, Ghost, Batavus, Koga, Lapierre, Raleigh, Sparta, Babboe en Carqon.

XLC is het merk voor fietsonderdelen en accessoires. Accell herkende de veranderende klantbehoefte en was op zoek naar schaalbaarheid, toekomstbestendigheid, enorme site snelheid maar ook kostenefficiency.

De oplossingen

Voor Accell hebben we door een microservice architectuur en de inzet van onder andere Gatsby, Storyblok en Algolia samen met Raleigh een blauwdruk gemaakt voor alle andere merken van de Accell Group.

De microservices architectuur Accell tevens de mogelijkheid om naast de website ook andere onderdelen en kanalen gebruik te laten maken van bestaande en nieuwe data en services. Dankzij een volledige ontkoppeling van systemen en een interne koppeling met Mulesoft en Salesforce biedt dit een ongekennde flexibiliteit.

De inzet van Gatsby biedt Accell de mogelijkheid om de gegevens van alle fietsmodellen ver van te voren op te halen in tegenstelling tot websites waar de data pas wordt opgehaald als de website wordt bezocht.

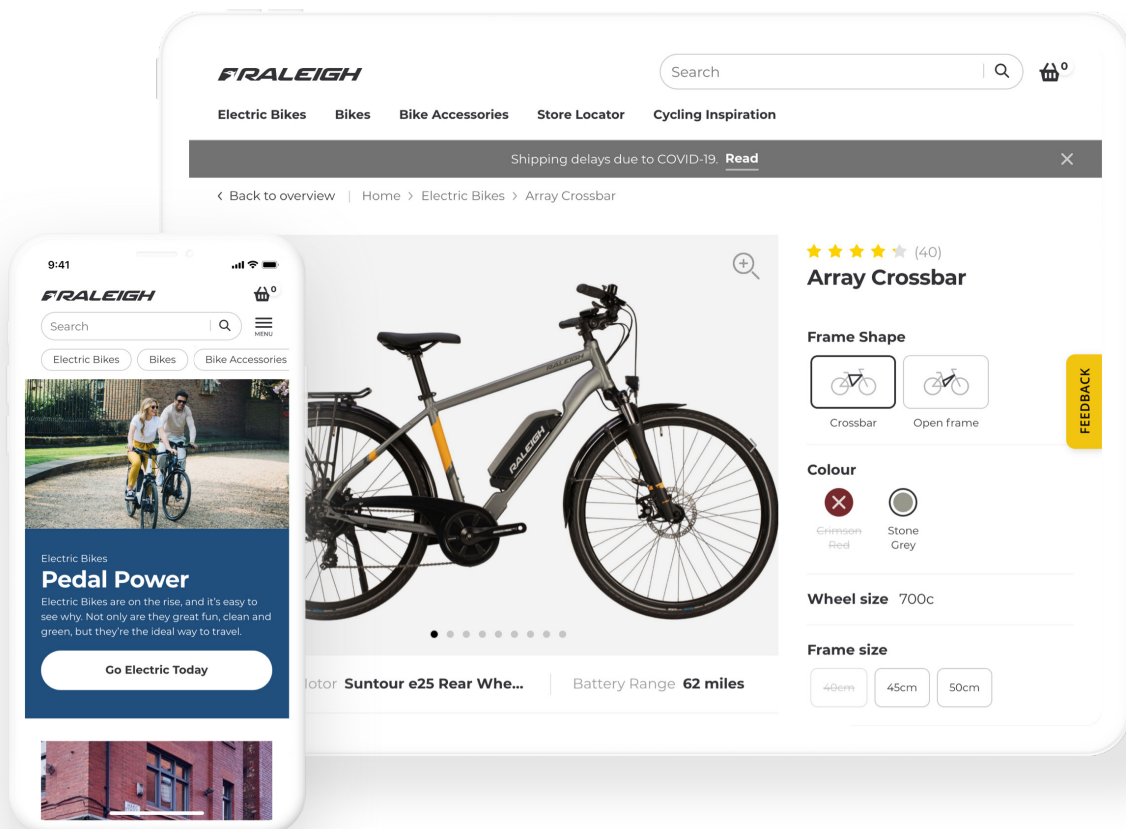
Hierdoor wordt de website als een platgeslagen versie opgeslagen, waarna deze heel snel geserveerd kan worden geserveerd. Daarnaast maakt Gatsby het super simpel om data uit meerdere bronnen te gebruiken. In de toekomst kunnen apps, winkelzuilen of andere directe kanalen worden aangesloten.

Daarnaast houden wij het design in lijn door middel van het inzetten van design tokens. Design tokens geven de designer de mogelijkheid om aanpassingen in het design te doen via JSON bestanden.

Een digitale versie van je styleguide met typografie, kleurgebruik en ruimtegebruik op één plek. Met alle benodigheden bij elkaar om snel en efficiënt nieuwe onderdelen uit te rollen zonder lijn in je design te verliezen. Flexibel en herkenbaar!

Het eindresultaat

Een state of the art e-commerce platform, een sterke verlaging van o.a. de licentiekosten, schaalbaarheid, toekomstbestendigheid, flexibiliteit en misschien wel de snelste e-commerce website op het web.



Oerol festival platform

- Praktijk voorbeeld 01

Oerol is een van de grootste locatietheater festivals van Europa en vindt elk jaar plaats op het mooie Terschelling. Door de Corona pandemie kon het dit jaar geen doorgang vinden en dus was de wens een mooi alternatief waarbij het festival online live bezocht kon worden.

Samen met Oerol hebben we een nieuw platform neergezet; Het Imaginaire Eiland. Dit nieuwe platform biedt het hele jaar door inspiratie en informatie en koppelt met de bestaande ticketing module. Door vooruitstrevende technologie kan de website elke piek in bezoekers makkelijk aan.

De uitdagingen

Oerol is niet zomaar een festival. Bij opening van de verkoop komen bezoekers massaal op één moment naar de website toe. Een ongekennde drukte, zelfs in festivalland. De website en kaartverkoop ging dan ook standaard plat rond dit moment; al bijna 20 jaar.

Dat moest echt anders. Voor de kaartverkoop wordt er gebruik gemaakt van Active Tickets. Een voor Oberon bekend ticketing systeem, welke we integraal moesten onderbrengen in het platform. Zonder dat je het ziet, zit je toch in een heel ander systeem.

Ten slotte kwam de programmering binnen bij ons via een ander extern systeem. Bij aanvang project was dit een verouderd systeem, waardoor we middels een import de volledige programmering in ons CMS inladen.

De oplossingen

Het voor ons bekendste niet-cloud CMS is Craft. Zeer geschikt voor de wensen van Oerol en snel opgezet. De koppeling voor de programmering is direct in het CMS te bouwen, door de volledige controle van deze self-hosted oplossing.

Oerol heeft volledige controle over vrijwel alle content, de programmering, filtering etc. Een vloeiende en snelle ervaring leveren we via een React frontend. Maar die hosten we niet zelf.

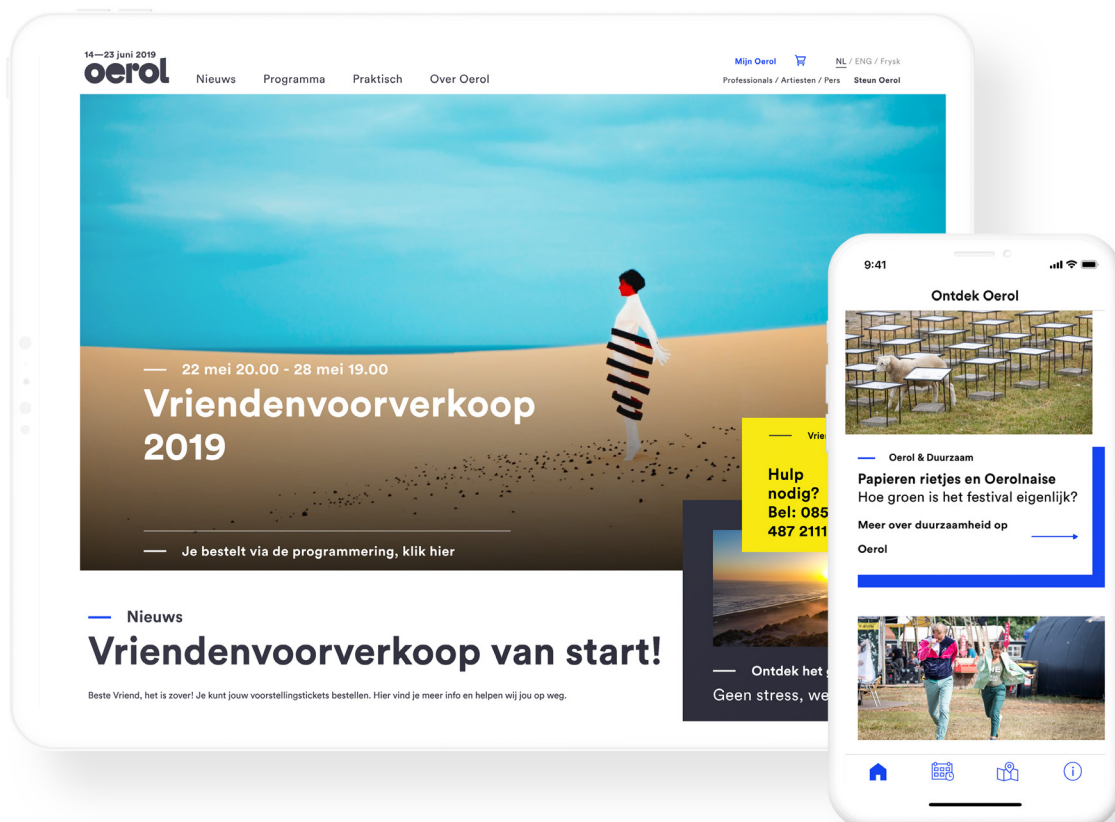
Om de enorme bezoekerspiek op te vangen hebben we gebruik gemaakt van Amazon S3. De hele site wordt statisch gerenderd door Gatsby en via onze eigen gebouwde plugin via S3 gepubliceerd. Klinkt ingewikkeld, is het ook wel een beetje, maar wordt in een artikel heel duidelijk uitgelegd door onze developer Jari: "De plugin die we bij toeval maakte voor ons probleem is ondertussen een populaire plugin voor de Gatsby community."

De ticketing van het festival verloopt al jaren via Active Tickets. Dit onderdeel draaide in een eigen omgeving en ook in de nieuwe site blijven we hier gebruik van maken. Toch zijn we flink aan de slag gegaan om in korte tijd deze 'koppeling' tussen de site en ticketing bijna naadloos te maken.

Middels beperkte design en css aanpassingen zie je bijna het verschil niet meer. Je verliest nooit het Oerol gevoel en kan direct de voor jou relevante tickets zien en kopen.

Het eindresultaat

Het platform maakt Oerol digitaal klaar voor de toekomst. Moderne technieken en een fijn CMS bieden flexibiliteit en ruimte voor nieuwe ideeën.



Digitale transformatie, de belangrijkste motivatoren:

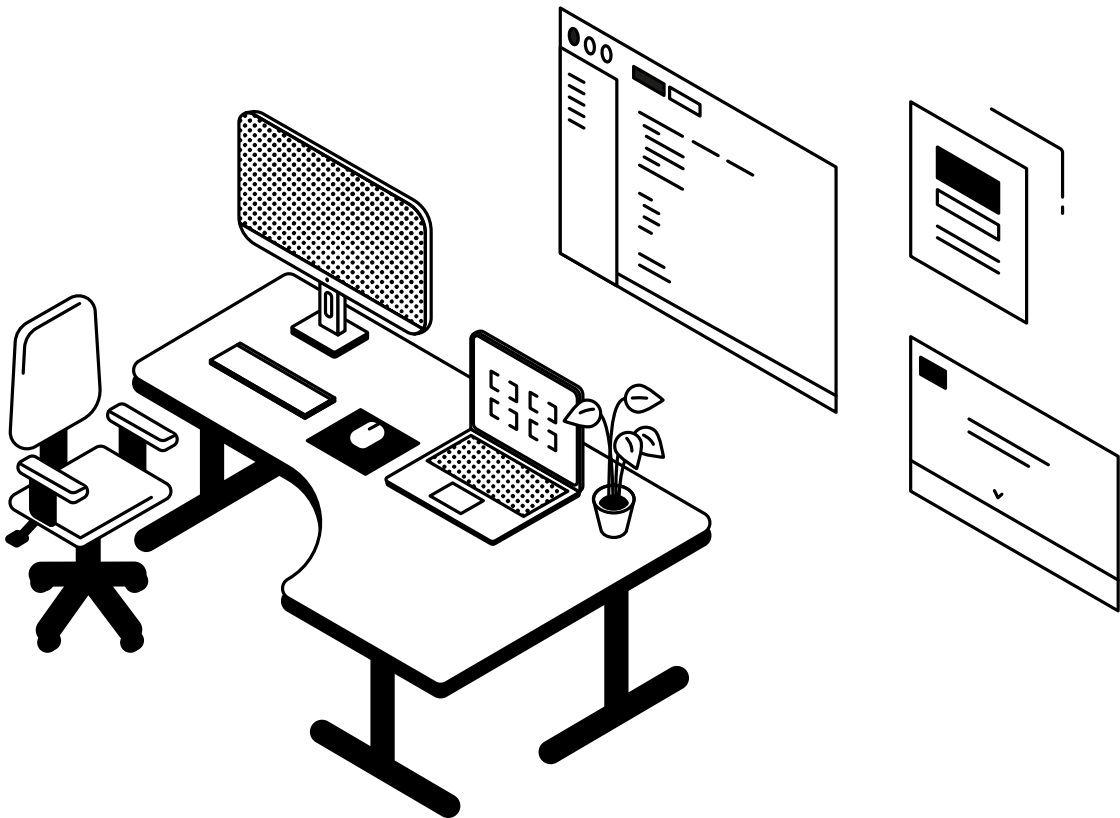
- Minimaal behouden, maar bij voorkeur versterken, van de concurrentiepositie;
- Kostenefficiency (o.a. licentie -en vaste kosten);
- Inspelen op de nieuwe klantbehoeften met services, producten, diensten of kanalen;
- Sterk verbeteren van de klantintimiteit, interactie en tevredenheid;
- Doorlopend interne prestaties beoordelen en optimaliseren;
- Snelle functie-updates en problem solving;
- Koppelingen met bestaande interne -en externe systemen.



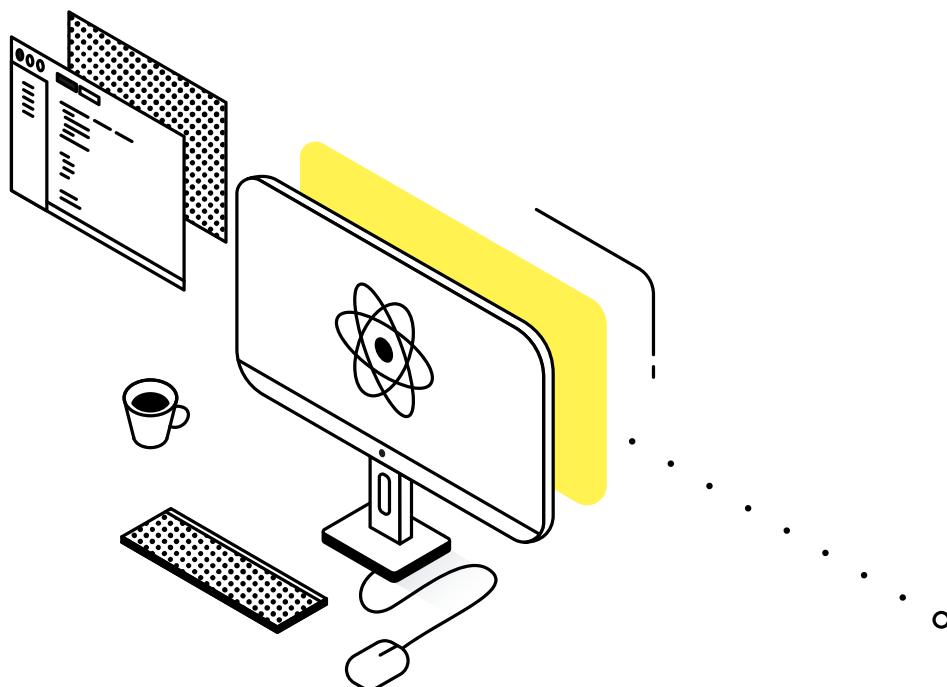
Dagelijkse praktijk

Dagelijks worden wij benaderd door IT managers die door de huidige omstandigheden op zoek zijn naar ondersteuning in hun digitale transformatie. Ze hebben vaak een eigen IT organisatie en een ruime IT kennis in huis. mogelijk zelfs eigen ontwikkelaars maar ook een platform in gebruik dat niet meer voldoet!

Daarnaast zijn er vaak al duidelijke wensen over hoe de oplossing gerealiseerd moet worden en met welke technologie. Maar dan komt de uitdaging hoe de kennis van het bedrijf te vertalen naar een (vernieuwde) digitale omgeving, maw er is externe expertise nodig. Maar hoe vindt je een partner die expert is op de gewenste technologieën en kan helpen bij het minimaal kick-starten van de digitalisatie?



Expertise

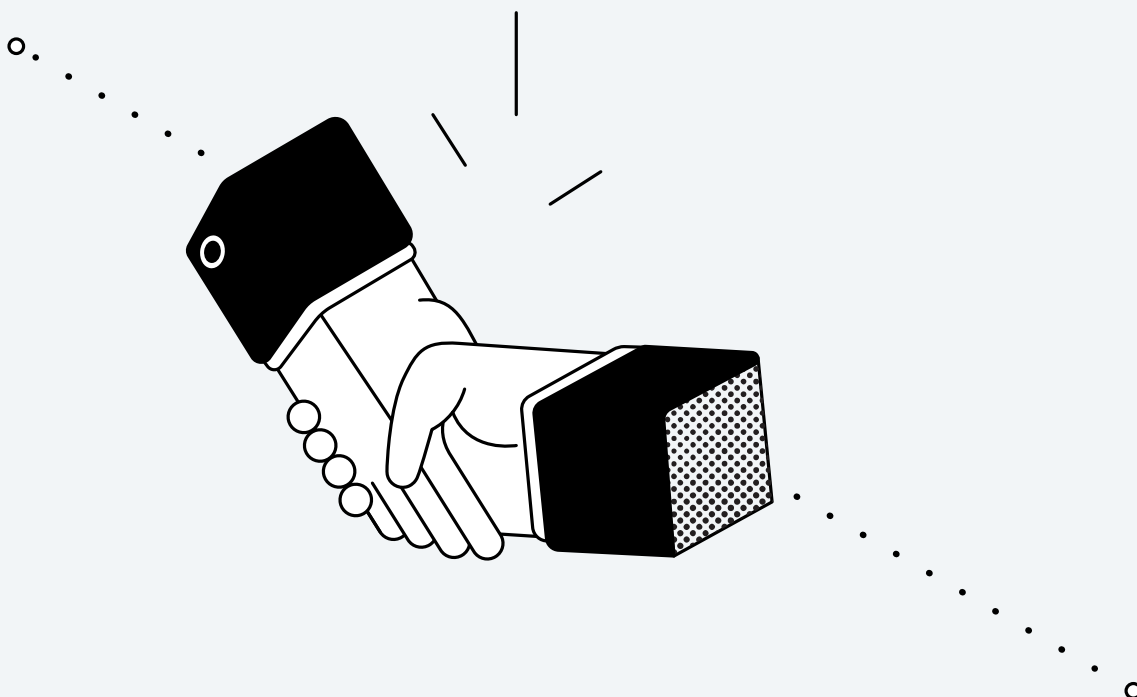


Om de kennis naar een digitalisatie te vertalen of om een digitale transformatie in te zetten heb je de juiste partner met de juiste expertise nodig maar ook wederzijds vertrouwen om tot het ultieme eindresultaat te komen.

Er zijn vele "aanbieders" op de markt die graag ondersteunen in het maken van een digitale omgeving. Over het algemeen bieden deze so called partners een standaard product aan met onduidelijke tarief stellingen en kom je al snel in de situatie dat zij de aap zijn die een trucje doen en jij ervoor betaalt. Waar zit de meerwaarde hierin?

Waar moet deze partner volgens Oberon minimaal aan voldoen?

- Een partner met een bewezen online track record;
- Een partner die gaat voor toekomstbestendigheid en schaalbaarheid;
- Een partner die niet vóór maar mét de jou een uniek platform ontwikkelt;
- Een partner met “in house” dedicated designers en developers, die precies weten welke slimme architectuur of innovatieve techniek nodig is;
- Een partner die kostentransparant werkt, zonder dure consultants;
- Mensen die direct tot de kern komen en meteen aan de slag gaan;
- Een partner die je continu begeleidt; voor, tijdens en na de ontwikkeling;
- Een partner die jouw kennis omzet naar een unieke online propositie.



Maak kennis met Oberon



We bouwen unieke platformen. Dit doen we met eigen vakmensen. Dat doen we niet vóór maar mét jou. En dat doen we altijd door een stap vooruit te zetten. Voor elke uitdaging een passende oplossing vinden. Daar hebben we geen trucje voor, maar wel vakmensen. In house designers en developers, die precies weten welke slimme architectuur of intelligente techniek nodig is.

Geen dure consultants maar mensen die direct tot de kern komen en meteen aan de slag kunnen voor jou. Toegewijd voor de lange termijn. Veel van onze partners komen al jaren bij ons over de vloer.

Omdat wij geen loze beloftes doen. Omdat wij dingen voor elkaar krijgen. Omdat wij hun online wereld mooier, makkelijker en inzichtelijker maken.

We willen dat onze partners met hun platformen voorop lopen. Daarvoor moeten we frontrunners zijn en dat zijn wij al meer dan 27 jaar. Wij zoeken constant naar innovaties, nieuwe trends en nieuwe ideeën die passen bij jou en jouw digitale platform.

Jouw kennis, onze expertise. De perfecte maatwerkoplossing.



Bellen? Afspreken? Snelle Brainstorm Sessie?

Of wil je dat we vandaag al onze tanden in
jouw digitalisatie zetten? Bel of mail:



+ 31 (0)20-344 9480



contact@oberon.nl