



EBOOK

Waarom het juist nú belangrijk is om Digital-first te worden

Inhoudsopgave

p3	Introductie
p4	Digital-first zijn in een groeiende digitale wereld
p5	Hoe word je digital-first?
p6	WWF Nederland
p7	Royal Ahrend
p8	Aan de slag met uw digitale project
p9	Over 4NG

Introductie

In een wereld die steeds digitaler wordt, worstelen bedrijven met het opzetten van een digital-first strategie. Naast een krachtig platform is het essentieel om de juiste partner aan te sluiten om uw bedrijf digitaal te laten groeien.

In dit whitepaper vertellen we je over het belang van een digital-first strategie en wat ervoor nodig is om dit te realiseren. Vervolgens duiken we dieper in de digitale transformatie van WWF en Royal Ahrend.

Tot slot, geven we je tips om aan de slag te gaan met je eigen digitale project.



Digital-first zijn in een groeiende digitale wereld

Ieder bedrijf heeft tegenwoordig de ambitie om uitstekende klantbetrokkenheid en omzetgroei te realiseren, maar wat doen ze om dit daadwerkelijk te bereiken? Sinds een aantal jaar is alleen online aanwezigheid niet voldoende omdat de verwachting van consument steeds verder toeneemt. De pandemie heeft ervoor gezorgd dat de consument steeds meer zaken online regelt en zich steeds bewuster wordt van wat een goede digitale ervaring inhoudt. Daarom is personalisatie bijvoorbeeld al lang niet meer een nice-to-have feature, maar noodzakelijke tool om de klantverwachting in te kunnen vullen. Dat is geen verrassing, aangezien 56% van de Tech Executives die zijn ondervraagd voor Optimizely's "From Static Sites To Extraordinary Experiences: Moving Towards Better Personalisation" aangeeft te hebben geprofiteerd van een grotere klanttevredenheid door middel van personalisatie.

Omdat het leven van de consument zich steeds meer online afspeelt, is het voor bedrijven belangrijk om in te zetten op een digital-first strategie. Dit is niet alleen het inzetten van online, maar het integreren van digitaal binnen de eigen organisatie. Het belang van wendbaarheid en flexibiliteit is groot. Digitaal transformeren en blijven innoveren verdienen een hoge notering op het prioriteitenlijstje. Juist nu, is digitalisering nodig voor het creëren van efficiëntere processen, transparantie en een voorkeurspositie op de markt. Dit zorgt niet alleen voor digitale transformatie, maar voor digitale acceleratie.

Op het moment dat er zich een probleem voordoet of een kans aandient is een digital-first bedrijf in staat om adequaat met een digitale oplossing te komen. Een bedrijf dat investeert in een digital-first strategie zorgt er niet alleen voor dat het voldoet aan de verwachting van de consument, door interactie te vereenvoudigen, maar profiteert ook van een groei in omzet door en optimale digitale ervaring te bieden.

Wat is de grootste impact op uw bedrijf geweest na het personaliseren van content en productlevering?



56%

Toename van
klanttevredenheid



30%

meer reviews



10%

toename in referrals



4%

toename in sales

Hoe word je digital-first?

Ten eerste is het belangrijk om een duidelijke digitale strategie te formuleren. Daarnaast is de juiste technologie en een goede partner van belang. Een slechte technologische basis in combinatie met een complexe tech-stack kan kostbaar en tijdrovend zijn. Tel hier een onervaren digitaal bureau bij op en je digitale transformatie kan rekenen op een proces vol frustraties waarvan je zou willen dat je er nooit aan begonnen was.

Digitaal transformeren is een complex proces dat een goed platform en de juiste partner vereist. Dit zijn belangrijke factoren voor een succesverhaal. Een krachtig en schaalbaar platform stelt je in staat om het huidige systeem snel en veilig te integreren. Daarnaast is flexibiliteit van belang zodat functies, die zorgen voor groei, eenvoudig aan het platform toegevoegd kunnen worden. Dit laatste gaat vaak hand in hand met het opzetten van de juiste digitale architectuur; juist op dit vlak heb je een sterke partner met ervaring nodig.

Een goede digitale partner is vindingrijk en een expert op het gebied van het platform dat je gebruikt. Alleen dan kunnen ze de juiste technische support bieden voor een soepel proces. Uiteindelijk wil je natuurlijk een partner hebben die je helpt bij het behalen van je doelen met zo min mogelijk kopzorgen.

In het volgende deel vertellen we graag meer over de digitale transformatie van WWF Nederland als Royal Ahrend. Beide ondergingen een succesvolle digitale transformatie met behulp van ons Digitaal Experience Platform. (DXP) en 4NG en mogen zich nu digital-first noemen.



WWF Nederland

Als een natuurbeschermingsorganisatie richt WWF zich op het verzamelen van publieke steun en het betrekken van mensen bij het creëren van verandering voor een betere planeet. WWF is zich ervan bewust dat een gedragsverandering essentieel is om impact te realiseren. In een wereld waar informatie snel verkrijgbaar is worden mensen overspoeld met informatie. Organisaties concurreren om de aandacht van de consument en proberen ze te laten luisteren naar hun boodschap en nog belangrijker, actie te laten ondernemen.

Met meer dan 2 miljoen volgers variërend van 5 tot 95 jaar oud begreep WWF dat hun marketingstrategie moest veranderen, zeker met de opkomst van digitale data. Wanneer het juist wordt ingezet kan digitale data WWF helpen om effectievere en impactvollere berichten te versturen met behulp van personalisatie.

Door het gebruik van Optimizely's DXP is WWF getransformeerd van een traditioneel goed doel naar een digitale variant waar technologie gebruikt wordt om een beweging van natuurbeschermers op gang te helpen. In plaats van een algemene e-mail of sms te versturen, segmenteren ze nu op doelgroep zodat de ontvanger een gepersonaliseerd bericht ontvangt gebaseerd op interesse. De website-ervaring is ook gepersonaliseerd en bezoekers ontvangen de meest relevante inhoud op basis van hun onlineactiviteiten en interesses.

Natuurbescherming is een veelomvattend onderwerp en kan soms complex zijn. WWF hervormde de benadering van campagnes en messaging met behulp van een strategische oplossing ondersteund door data. Hierdoor werd de inhoud relevanter en raakte volgers geïnspireerd om over te gaan op actie.

Royal Ahrend

Royal Ahrend, opgericht in 1896, is een internationale leider op het gebied van kantoormeubilair en ruimteoplossingen voor eindgebruikers over de hele wereld. Toen de pandemie toesloeg en thuiswerken het nieuwe normaal werd, merkte Royal Ahrend nieuwe eisen van haar klanten op en nam proactief maatregelen.

Om de nieuwe online-ervaring te begrijpen, besteedde Royal Ahrend tijd aan het identificeren en ontwerpen van haar B2B- en B2C-klantreizen via alle digitale contactpunten. Nadat de vernieuwde klantreis was uitgedacht, implementeerden ze deze met behulp van Optimizely's Digital Experience Platform.

Royal Ahrend heeft klantspecifieke webshops opgezet om het voor B2B-klanten gemakkelijker te maken om toegang te krijgen tot hun diensten en producten. Door bijvoorbeeld het HR-systeem van klanten te integreren met een eenmalige aanmelding, konden de werknemers van de klanten toegang krijgen tot de productcatalogus, een aankoop doen en deze bij hen thuis laten bezorgen. Alle communicatie, producties en levering van de producten gebeurde op een gebruiksvriendelijke, gepersonaliseerde en beveiligde manier.

Als klant van Optimizely was het voor Royal Ahrend gemakkelijk om op te schalen en nieuwe functies toe te voegen aan de DXP om aan hun zakelijke behoeften te voldoen. Ook de veiligheid van het platform was een belangrijk voordeel, omdat de DXP volledig in de cloud draait en daarin ontzorgt. Deze aanpak kwam het bedrijf op veel manieren ten goede en maakte het voor klanten gemakkelijk om zaken met hen te doen.

Royal Ahrend is de afgelopen jaren gegroeid naar een datagedreven onderneming. Door resultaten bij te houden en analyses te gebruiken, meten ze conversie, tevredenheid en kritieke contactpunten binnen elke klantreis. Ze gebruikten de gegevens om een betere service te bieden en de propositie voor elke klant aan te passen met behulp van één enkel platform.



Aan de slag met uw digitale project

De drempel om te starten met een digitaal project kan hoog zijn. Het is volkomen normaal om je overweldigd te voelen tijdens je zoektocht naar de digitale mogelijkheden voor je bedrijf. Aan de andere kant zien we bedrijven ook flink investeren in bestaande activiteiten, zoals een extra vestiging, waarbij ook veel kosten gemoeid zijn. Met een business case zou je kunnen vergelijken wat de investering gaat opleveren t.o.v. een investering in je digitale klantbeleving.

Ondanks dat je er misschien voor uit je comfortzone moet stappen, is dit wel het juiste om te doen, als je bedenkt hoe verweven ons dagelijks leven is met digitale technologie. Het goede nieuws is dat je het niet alleen hoeft te doen. Met de juiste digitale partner en krachtige technologie is uw doel om een digital-first bedrijf te worden binnen handbereik.

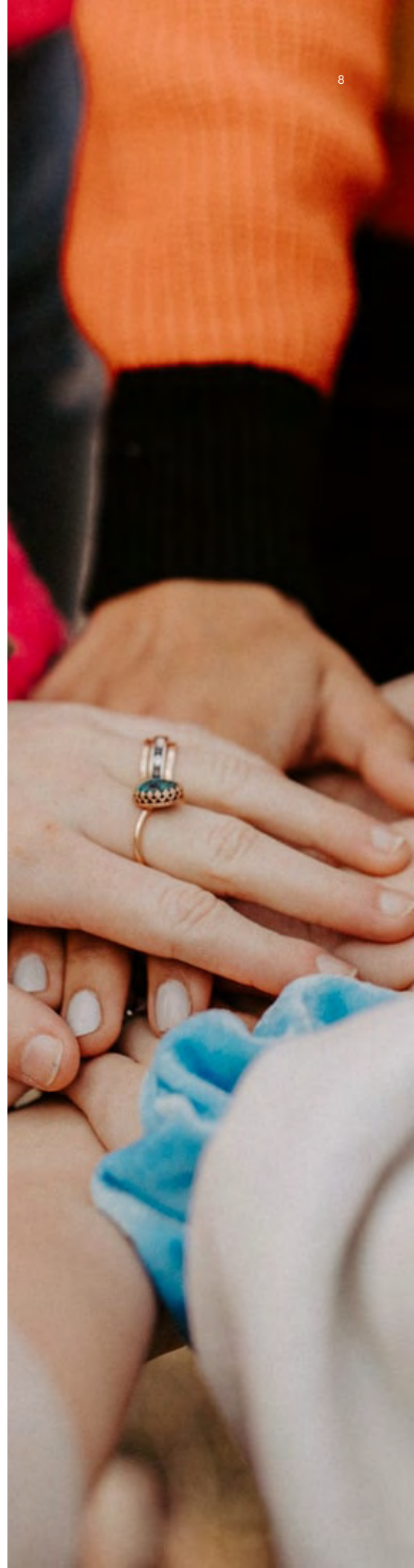
Optimizely (voorheen Episerver) is door de Gartner Magic Quadrant uitgeroepen tot marktleider op het gebied van Digitale Experience Platforms (DXP), Commerce en Personalisatie. In ander woorden, Optimizely wordt gewaardeerd om het feit dat ze in staat zijn de visie van de klant te begrijpen en zo waarde toe te voegen. Optimizely's DXP centraliseert diverse functies variërend van content creatie tot optimalisatie in één platform zodat jij je kan focussen op het behalen van succesvolle resultaten.

Voor een succesvolle implementatie doet Optimizely een beroep op getalenteerde en gecertificeerde partners, zoals 4NG, een full-service digitaal bureau dat zich focust op het leveren van Optimizely Commerce Cloud en Content Cloud oplossingen. Kortom, je haalt twee experts in huis om je te helpen bij het gehele proces.

Laat ons je helpen om het maximale uit je digitale potentieel te halen. Vertel ons wat je nodig hebt en wij helpen je op weg met jouw digitale transformatietraject. Neem contact op met de consultants van Optimizely of met onze Gold Partner 4NG voor meer informatie.

Optimizely: <https://www.optimizely.com/>

Partner: <https://www.optimizely.com/partners/solution/4net-interactive/>



Over 4NG

We are 4NG. We grow digital business.

Bij 4NG brengen we de beste digitale specialisten bij elkaar in een grote familie waarin ondernemerschap centraal staat. Ons doel? Het beste fullservice digitale bureau van Nederland zijn én blijven.

Met onze 6 labels: 4net, Brainbrothers, Nextfields, PossibilIT, Arlanet & Netvlies, vormen we een gestroomlijnd fullservice bureau en zijn we thought leader op het gebied van strategic design, e-commerce development, webdevelopment en subscription commerce. Wij leveren alles waar jij op digitaal vlak van wakker ligt of juist van droomt. Dit doen met meer dan 200 experts, verspreid over 4 locaties in Nederland: Amsterdam, Utrecht, Breda en Wormer.

Digitaal groeien en professionaliseren. Dat is onze core, al sinds 2002. Wij zien kansen. Wij voegen waarde toe met onze mix van expertises; technologie, strategie, performance, data, marketing en uiteraard een flinke dosis creativiteit. Dit doen we onder andere voor WWF, AJAX, Brunel, Talpa, Buma Stemra, Petsplace.

Wij zijn jouw strategische partner en laten je digitale dromen uitkomen. We simply deliver!

Over Optimizely

Bij Optimizely zijn we op een missie om mensen te helpen hun digitale potentieel te ontsluiten. Met ons toonaangevende digital experience platform (DXP) rusten we teams uit met de tools en inzichten die ze nodig hebben om op nieuwe en innovatieve manieren te creëren en optimaliseren. Nu kunnen bedrijven met data-gedreven vertrouwen hyper-gepersonaliseerde ervaringen creëren. Het bouwen van geavanceerde oplossingen is nog nooit zo eenvoudig geweest.

Optimizely's 900+ partners en 1100+ medewerkers in kantoren over de hele wereld zijn er trots op dat ze meer dan 9.000 merken, waaronder KLM, Toyota, Santander, eBay en Mazda, helpen om hun customer lifetime value te verrijken, hun omzet te verhogen en hun merken te laten groeien. Meer informatie vindt u op **optimizely.com**.