

SUCCESVOL STARTEN MET DATA

De data-aanwas is bij elk bedrijf explosief gestegen. Bedrijven voelen de noodzaak om succesvol met data aan de slag te gaan. Hoe meer data een vast onderdeel van de reguliere processen worden, des te meer oplossingen ontwikkeld worden om hier invulling aan te geven. En dat kan verwarrend zijn. De termen als CDP, DMP, Dataplatform, Marketing Automation Platform vliegen over het scherm als je Googled.

De grootste uitdaging: Het maken van de juiste keuze in tooling, afgestemd op je huidige en toekomstige groeipad van jouw organisatie. Waar te beginnen?

Eén juiste keuze is er niet. Het hangt namelijk af van een aantal factoren:

1. Waar staat je bedrijf en wat zijn de goals op de short en midterm?
2. Wat is het budget dat wordt vrijgemaakt en biedt dit budget voldoende ruimte voor leergeld?
3. Wat zijn de verwachtingen van het aan te schaffen systeem? Wordt het gezien als een middel om een groei te realiseren? Of dient het als een efficiency middel waardoor personeelskosten en omslachtig werken tot een minimum worden gebracht?

Oriëntatie van systemen

Als dit duidelijk is, kun je gaan kijken naar de aanbieders op de markt en het 'gat' dat zij gaan opvullen, danwel het fundament dat hiermee wordt gelegd om verdere groei aan te kunnen. Nu komt het meest cruciale punt van de oriëntatie. Waar ben je naar op zoek?



Advies: jullie hebben het enorm goed op de rit! Kijk waar je efficiency slagen kun maken en campagnes kun upgraden.