



NEP The Netherlands

Thema: Onze mensen maken het verschil

“NEP The Netherlands, al ruim twee jaar onderdeel van de Amerikaanse NEP Group, is de Nederlandse marktleider in mediatechnologie. Makkelijker gezegd: het bedrijf dat alle techniek, faciliteiten en mensen levert die nodig zijn om con-

tent te maken en te distribueren. Voorheen was dat alleen televisiecontent, tegenwoordig ook veel online content. Sprekende programma's zoals The Voice of Holland, De Wereld Draait Door en The Passion, en on-demand platformen als NPO Start en Videoland, drijven op de mensen en techniek van NEP. “Ons bedrijf is een walhalla voor iedereen die affiniteit met techniek en content heeft”, aldus Michiel van Duijvendijk, vertrekkend CEO en medeoprichter van het bedrijf. Met ruim 700 collega's stuurt NEP de innovatie in het medialandschap, in Nederland en inmiddels ook steeds vaker in het buitenland.

Wat weinig mensen weten, is dat Nederland niet alleen qua formats wereldwijd een top 3-positie heeft, maar ook op het gebied van slimme, kostenefficiënte contentproductie

vooroploopt. De techniek van NEP speelt hierbij een belangrijke rol. Van Duijvendijk: “En dat techniek niets is zonder mensen, weten wij bij NEP al heel lang. Bij ons werken de top-pers, en die kwaliteit trekt – samen met veel nieuwe uitdagende projecten – ook weer andere ‘high potentials’ aan. Zo rolt de sneeuwbal van talent al jaren door. Ik heb er veel vertrouwen in dat Ralf van Vegten, mijn opvolger, deze stijgende lijn doorzet. Hij is iemand die grote kennis van de markt koppelt aan een enorme dosis enthousiasme en gedrevenheid, en dat past perfect bij dit bedrijf.”

WWW.NEPWORLDWIDE.NL



theFactor.e

Thema: Maak online persoonlijk

“Digitale klantbediening kan steeds persoonlijker worden. Een belangrijk thema, want persoonlijke dialogen leveren meer waarde voor zowel eindgebruiker als opdrachtgever op”, aldus Harald Middel, directeur strategie en creatie van theFactor.e. “Voor veel organisaties is een succesvolle persoonlijke digitale klantbediening een grote uitdaging. Digitaal transformeren lukt niet zonder uitgekend strategisch framework. Daarmee helpen wij organisaties om de regie te nemen over alle aspecten van hun klantbediening. Het strategisch framework is een integrale benadering die inzicht geeft over de inrichting van alle online kanalen. Al snel is zichtbaar wat je als organisatie kan waarmaken en waar juist de verbeterpunten liggen. Deze werkwijze verbindt alle betrokkenen in je

organisatie zodat er commitment en draagvlak ontstaat op je werkvloer. Wat we ook zien is dat de leercurve van de betrokkenen flink stijgt.”

TESTEN VAN EINDGEBRUIKERS

Middel vervolgt: “Bij alles wat we ontwerpen hebben we de eindgebruiker in de ogen gekeken. Hoe we dat precies doen? Naast een kwantitatieve insteek testen we eindgebruikers in ons mobiel usability lab ‘Billy’. Via eyetracking en interviewtechnieken achterhalen we de daadwerkelijke inzichten. We zijn zo veel beter in staat om het waarom van behoeften en gedrag te achterhalen. Naast gebruikersonderzoek zetten we Data Science actief in waardoor de kwaliteit van persoonlijke dialogen steeds beter wordt. Ons Data Science team werkt actief samen met opdrachtgevers in een



data sprint en krijgt zo de inzichten waarmee we hun online dialogen persoonlijker en effectiever kunnen maken.”

WWW.TFE.NL