

'Prachtige waardering van werk Yourzine-teams'

Directeur Michiel van Riemsdijk reageerde allereerst verrast op het nieuws dat Yourzine in twee categorieën toppositities inneemt. "Ik dacht: klopt dat wel, vanwaar deze erkenning? Pas als je alles nog eens goed op een rijtje zet, besef je: het is eigenlijk niet minder dan terecht."

■ Trendsetter ■ Digitale transformatie ■ Datadriven marketing ■ Continue innovatie

Yourzine heeft in zestien jaar een significante ontwikkeling doorgemaakt, vertelt Van Riemsdijk: "Tot 2008 waren we sec een e-mailmarketingbedrijf dat adverteerders hielp om een-op-een contact te maken met consumenten. Rond 2008 kwam e-commerce stevig op en ontwikkelden we onze dienstverlening naar het koppelen van klantcontacten aan een transactionele omgeving. Online en offline. Steeds meer retailers wilden het resultaat zien van hun digitale inspanning op online- én offlineverkoop. Daartoe brachten we haarfijn de consument in een onlineomgeving in kaart en we verbonden die met offline. Dat leverde inzicht op in het daadwerkelijke resultaat, en leidde zelfs, juist in de combinatie van online en offline, tot meer omzet. Yourzine heeft hier pionierswerk verricht: we waren echt bij de allereerste bedrijven in Nederland die hier ervaring mee opdeden, samen met vooral onze retailopdrachtgevers. Toen dat eenmaal liep, volgden andere klanten snel." Van e-mailmarketing verschoof daarmee de *core competence* naar datagedreven CRM-marketing. Rond 2010 kwam er een transformatie tot in de top van de bedrijfswereld richting datadriven marketing. "Vanaf het begin ligt onze focus op het verzamelen van in directmarketingkanalen identificeerbare data, om daarmee klantinzicht en vervolgens de marketingcommunicatie te verfijnen", zegt Van Riemsdijk. "Wij vullen als geen ander alle touchpoints in tussen adverteerder en de consument; denk aan e-mail, web, social, mobile, de winkelvloer, callcenter en printkanalen. Niet generieke informatie stampen, maar unieke klantdata gebruiken voor relevante en vlijmscherpe communicatie, op maat voor ieder individu. En niet alleen pushen, maar ook actief op zoek naar interactie: expliciet toetsen bij de betreffende consument waar zijn of haar interesse ligt. Merken als IKEA, Samsung en PSA hebben hierdoor veel van hun klanten geleerd, en konden daar vervolgens verder op ontwikkelen."

Internationalisering

En dus is Yourzine de laatste zeven jaar 'knetterhard' gegroeid:

sinds 2011 is het kantoor met 45 personeelsleden uitgegroeid naar 150 mensen met kantoren in Den Bosch, Amsterdam, Utrecht en Londen. "We zijn een van de weinige internationale bureaus in datadriven marketing die ondersteuning bieden over de gehele keten: van (data)strategie tot *tooling*, van creatie tot realisatie en conversieoptimalisatie. Dat begon met Samsung Europe in Londen, dat een data- en klantgedreven contactprogramma zocht voor alle landen in Europa. We openden een kantoor in Londen, zodat onze mensen en die van Samsung optimaal konden samenwerken. Intussen werken daar 15 mensen die ook andere klanten bedienen. En we gaan volgend jaar hard investeren in verdere internationalisering." In 2016 werd Yourzine overgenomen door PostNL en samengevoegd met Searchresult, Cendris I&C en Marvia. "Dat leidde tot een aanzienlijk bredere portfolio: we konden al heel veel, maar nu zijn onze diensten nog verder verbreed. In december zullen wij daartoe een nieuw, overkoepelend merk naast Yourzine en Searchresult presenteren."

Onderscheid

Waarin onderscheidt Yourzine zich van de concurrentie? "Onze kern is datagedreven marketing", zegt Van Riemsdijk. "We helpen bedrijven om unieke klantdata te verzamelen en te vertalen naar een campagneprogramma, dat zich valideert in aanwijsbaar resultaat. Het begint bij het inzichtelijk maken van je data. Als je die op orde hebt, kun je je strategie bepalen. Wij kunnen die data insights *actionable* maken, en ze vertalen naar campagneprogrammeringen die we ook tot realisatie brengen, gebruikmakend van de juiste tooling. En tot slot: we leggen nauwkeurig vast wat het oplevert. In elk van deze deelgebieden ken ik bedrijven die perfect werk verrichten. Maar wij brengen ze allemaal onder één dak. We werken ook vanuit klantenteams, die veel bij de klanten over de vloer komen, zodat we alles logisch met elkaar kunnen verbinden. We werken nauw samen met onze opdrachtgevers aan het optimale resultaat."



Yourzine pitch team aan het werk

'Wij zijn letterlijk een trendsetter: we lopen met onze klanten voorop in de transformatie'

We geloven heilig in een dergelijke vorm van partnership, en daardoor zijn we de beste in datagedreven marketing mét resultaat!"

En dat zal Yourzine ook blijven, zegt Van Riemsdijk. "In geen andere business is continue innovatie zo belangrijk. We hebben daarin altijd vooropgelopen en dat voordeel zullen we nooit verliezen. Er wordt veel gepraat over artificial intelligence, chatbots, machine learning en predictive marketing, maar vaak blijft het bij holle frasen. Wij hebben het er niet alleen over, we dóén het al! Zo is onze datascienceafdeling in 12 maanden verzesvoudigd – niet met wetenschappers, maar met mensen die wetenschap direct naar onze praktijk brengen. We hebben al een self-learning chatbot ontwikkeld die niet eerst 24 maanden

met bètaversies hoefde te werken, maar die we meteen konden inzetten, gebruikmakend van beschikbare databronnen." En dus kan Van Riemsdijk niet anders dan concluderen dat de waardering terecht is. "Onze mensen verdienen dat compliment dik en ik wil dat iedereen dat weet. Als je kijkt naar het kaliber van onze klanten, en hoe lang we voor ze mogen werken: dat zegt iets. Dat we al 15 jaar altijd in de top 5 van Emerce staan, zegt ook iets. We zijn letterlijk een trendsetter: we lopen samen met onze klanten voorop in de transformatie die het marketinglandschap ondergaat, en doen waar anderen nog over denken. Met resultaat, zo blijkt!"

