



BrandDeli

Thema: Dynamic ad insertion

of Digital Development bij BrandDeli. “Het doel hiervan is om uiteindelijk tot een beter advertentieproduct te komen voor zowel consument als adverteerder. Voor de consument kan dit door een meer gerichte boodschap aan te bieden, met hopelijk minder advertenties op den duur. Daarnaast heeft de adverteerder steeds meer moeite met het bereiken van de doelgroep door het versplinterde kijk-gedrag. Ook op dit punt wil BrandDeli verbetering bieden door te innoveren.” Op dit moment maakt BrandDeli concrete stappen door het toepassen van Dynamic ad insertion (DAI). DAI is het plaatsen van digitale advertenties in de lineaire TV stream. “We zijn nu al volop aan het live testen.” Gijs van Beek, Head of Digital Sales, RTL: “Wij zijn blij met de innovatieve kracht van BrandDeli.

Zij zijn het DAI traject vorig jaar gestart met de techniek van Yospace, dat onlangs ook door RTL is overgenomen. Zo hebben we strategisch gezien een voorsprong in de markt. Door samen op te trekken kunnen we in de toekomst gemakkelijker en vooral ook sneller vervolgstappen zetten die leiden tot een beter advertentieproduct voor iedereen.”

WWW.BRANDDELI.NL

BrandDeli is beloond met de nummer 1 positie in de Emerce100 in de categorie Media Sales houses.

Onlangs is BrandDeli overgenomen door RTL. “Op dit moment zetten we in op innovatie”, zegt Esther van Luijk, Head



Clickvalue

Thema: 100% focus op conversie optimalisatie

ClickValue is met meer dan 30 consultants de grootste conversie optimalisatie (CRO) specialist in Nederland. “In 2017 zijn we gefuseerd met Netprofiler”, zegt David Beentjes, managing partner van ClickValue. “We hebben de online marketing-activiteiten aan hen overgedragen en ons 100% gericht op CRO. Veel opdrachtgevers zoeken een specialist voor hun CRO-programma. Wat ons onderscheidt van conversieteams bij digital marketingbureaus is volledige focus op CRO, een strak georganiseerd proces, specialisten voor alle CRO-disciplines en datgene waar het allemaal om draait: betere resultaten. In de laatste drie edities van de Emerce 100 kwamen we als beste CRO-bureau uit de bus. We werken voor e-commerce partijen als adidas, Tommy Hilfiger en

NY Pizza, maar ook dienstverleners als KPN, BinckBank en Moneyou.” ClickValue maakt serieus werk van CRO: alle mogelijke onderzoeksmethodes worden ingezet, zoals UX-onderzoek, psycho-logische modellen en big data-analyse. “Veel bedrijven doen slechts 1 test per maand, dat is onvoldoende om concurrerend te blijven”, zegt Beentjes. “Wij brengen continu verbeter-mogelijkheden in kaart en formuleren hier hypothesen voor die we vertalen naar A/B-testen. Dit zijn tests die we ontwerpen, ontwikkelen, uitvoeren en evalueren. Een gestroomlijnd proces waarbij experts van de klant samenwerken met onze eigen specialisten, zoals researchers, web-analisten, UX-designers, developers, copy-writers en experiment managers. Dankzij deze geoliede werkwijze stijgt het aantal maandelijkse testen én de succesratio van



de testen. Zo helpen we onze klanten een experiment gedreven cultuur te ontwikkelen, waarbij ze uiteindelijk steeds meer rollen zelf in kunnen vullen.”

WWW.CLICKVALUE.NL