



Social Brands

Thema: Complete én slimme tool

“SocialBrands.ai is de meest complete en slimme digital marketingtool voor brand managers, marketingmanagers en mediabureaus”, aldus Patrick Cuhfus en Bo Veurman. De founders zijn zo’n zeven jaar geleden SocialBrands gestart, dat zich aan-

vankelijk richt op interactieve Facebook apps voor leadgeneratie. Klanten zijn o.a. Sunweb (Europa), Disney (Wereldwijd), DA/DIO Drogerijen (inclusief franchisers), RauwCC en PauwR. Toen onlangs een investeerder zich aandienende hebben de twee de kans gegrepen om het product volledig opnieuw te ontwikkelen met veel nieuwe modules. “Waarom met verschillende tools werken, wanneer het ook kan binnen één tool”, zegt Cuhfus. “SocialBrands.ai integreert namelijk vier digitale marketing-oplossingen in één: online campagnes, publishing, conversation management en monitoring. Voor iedere campagne kunnen verschillende modules geactiveerd worden, denk aan: landingspagina’s, interactive apps, advertising, email automation, monitoring & webcare (met sentiment-analyse) en influencer marketing. Als je wilt

werk je in teams of met de klant samen, en maak je dashboards met realtime statistieken. “En: SocialBrands.ai is óók een slimme tool”, aldus Veurman. “Ons model herkent patronen in de data die klanten met onze tool verzamelen, om het gedrag van consumenten te voorspellen (volledig AVG-proof uiteraard). Op die basis wordt via AI de optimale campagne voorgesteld in functie van de objectieven van het merk. Zoals wanneer je een campagne moet publiceren om je doelgroep optimaal te bereiken, en welke influencer het beste bij je merk past. Verder geldt: hoe meer en intensiever je gebruik maakt van de software, hoe slimmer het wordt.”

WWW.SOCIALBRANDS.AI



theFactor.e

Thema: Gebruikers bepalen het verschil

“We gaan pas ontwerpen nadat we de beoogde eindgebruikers van een toepassing in de ogen hebben gekeken”, stelt Harald Middel, directeur strategie en creatie van theFactor.e. “Iedereen zegt dat de eindgebruiker centraal staat, maar hoeveel bureaus betrekken die eindgebruiker echt bij het ontwerpen en ontwikkelen van een app of website?” TheFactor.e doet dat dus wel en volgens Middel leidt dat tot toepassingen die veel beter aansluiten bij de doelgroep. “De eindgebruiker is vaak iemand anders dan de HBO-professionals die samen een persona maken en een klantreis uitstippelen. Je doet dan aannames over wat de doelgroep belangrijk vindt. In de praktijk kloppen de verwachtingen vaak helemaal

niet.” Voor het testen van nieuwe apps of ideeën heeft theFactor.e een mobiel usability lab, Billy. UX-designers rijden daarmee door het hele land naar eindgebruikers, bijvoorbeeld bij een winkelcentrum. In alle fases van de ontwikkeling van een toepassing is testen behulpzaam, aldus Middel. “Bij een nieuwe vorm van digitale dienstverlening kunnen we vooraf onderzoeken of mensen het wel begrijpen en vertrouwen en wat nodig is om dat op te lossen. Dat kan zitten in taalgebruik, uitstraling of functionele opbouw. Als je dat vooraf gestructureerd uitvraagt bij de doelgroep, dan heb je behoorlijk wat input voor je ontwerp. Vervolgens kun je een prototype van de oplossing maken en dat toetsen. We maken een app of website voor onze opdrachtgevers, maar uiteindelijk zijn zij niet degene die daar



gebruik van maken. Dat zijn hun klanten en prospects. Hoe tevredener die zijn, des te tevredener ook onze opdrachtgevers”

TFE.NL