

Opnieuw staat Datatrics hoger bij de Analytics & Optimalisatie Software van Emmerce. ‘We staan tussen grote Amerikaanse partijen. We doen ‘t dus wel goed.’ Bas Nieland, CEO van Datatrics is er nuchter onder. De doelstelling van het in 2014 opgerichte Datatrics is en blijft het gemakkelijk toegankelijk maken van Big Data voor kleine en middelgrote marketingteams. Veel technische kennis en kunde is niet nodig. Datatrics combineert alle beschik-



Datatrics

Thema: Persoonlijke Customer Journeys

bare data (CRM, e-mails, socials en meer) met data als demografie, weer en verkeer.

Daarmee creëren ze 360 graden klantprofielen, die waardevolle inzichten bieden voor het personaliseren van de customer journey. Nieland stoorde zich als marketeer bij een marketingbureau aan de niet direct toegankelijke data. ‘‘Alles wat we wilden met data was lastig en duur.’’ De tool die hij opzette voor een paar grote retailers werkte zo goed dat deze de markt op kon. ‘‘Deze achtergrond maakt ons onderscheidend. Wij zijn marketeer-georiënteerd. Techniek is voor de achterkant.’’ Datatrics personaliseert de Customer Journey voor vooral kleine en middelgrote organisaties in de Travel,

Leisure, Retail en Ecommerce. Ook andere markten, waaronder de Recruitment markt, weet Datatrics te vinden. ‘‘De Candidate Journey is de Customer Journey van een potentiële kandidaat. Daarmee creëer je de perfecte match tussen kandidaat en opdrachtgever.’’ Een mooie ontwikkeling vindt Nieland de stijgende populariteit van conversationale marketing. ‘‘Klanten vervangen vaker het ‘pushen’ van producten door gesprekken via een chatbot die leiden naar het beste aanbod. En dankzij de nauwe samenwerking met onze partners, kunnen nu nog meer organisaties gebruik maken van het actionable Datatrics CDP.’’

WWW.DATATRICS.COM



Hipex

Thema: Meer dan hosting

E-commerce hostingbedrijf Hipex beleefde in 2019 wederom een topjaar. ‘‘We groeiden harder dan de markt’’, zegt managing partner Milan Bosman. ‘‘Ook breidden we ons aanbod uit om in te spelen op de wensen van klanten en partners. Naast Magento ondersteunen we nu o.a. Shopware, Akeneo en diverse maatwerk-applicaties.’’

Volgens Bosman kent het succes verschillende pijlers. ‘‘We analyseren continu wat beter kan, maar we verbeteren ook positieve punten: juist dit maakt klanten enthousiast. In objectieve performancetests komen we al jaren als een van de beste uit de bus, waarmee we de propositie van snelste hostingbedrijf onderbouwen. We ondersteunen klanten door ook richting de applicatie te bewegen. Volledige ontzorging in de breedste zin van het woord blijft ons voornaamste doel. In

zien het effect van onze klantfocus terug in onze churn rate: die ligt al jaren onder de 2%, ondanks de golf aan replatforming. Ook innovatie loont. Hierdoor hebben we in 2019 een performancewinst van ruim 20% gehaald. Binnenkort rollen we Percolate uit: een door ons ontwikkelde, unieke oplossing die klanten helpt met het geautomatiseerd verbeteren van hun Google Pagespeed-score.’’

Net als in 2019 scoort Hipex ook dit jaar een toppositie in de E100-ranglijst ‘Hosting Shared & Managed’. Om onderscheidend te blijven, richt Hipex zich steeds meer op developers. Bosman: ‘‘We willen hen zoveel mogelijk vanuit de techniek ontzorgen. Daarom streven we ernaar onze geautomatiseerde selfservice zo hoog mogelijk te maken, zodat developers efficiënt de applicaties beheren die bij ons draaien. In



Nederland steven we af op de positie van marktleider. Daarom gaan we dit jaar ons geluk over de grens beproeven.’’

WWW.HIPEX.IO