

TRAFFIC BUILDERS

THEMA: GRENZEN VERLEGGEN

Traffic Builders viert zijn 20e verjaardag. Al jaren loopt het digital mediabureau voorop in datagedreven branding en sales. Volgens managing director Talitha Zwagers is dit het gevolg van een bedrijfscultuur waarin vernieuwing centraal staat. “We faciliteren innovatie, onder meer door hackathons en het beschikbaar stellen van tijd en (studie-)budget om kennis te vergroten. We vragen onze medewerkers niet om met ideeën te komen: dat doen ze uit zichzelf. Er is hier een open, warme cultuur waarin vakmanschap, enthousiasme en kameraadschap hand in hand gaan. We maken altijd tijd vrij om te beoordelen of een idee levensvatbaar is. Zo ja, dan organiseren we een hackaton met als uitkomst een proof of concept. Dit wordt opgevolgd door het Growth & Tech Team om het verder uit te werken tot volwaardig product of dienst.”



Traffic Builders heeft als missie om de grenzen van marketing verder te verleggen. “Opdrachtgevers vragen hier ook om”, zegt Zwagers. “Ze willen innoveren en kansen te gelde maken. Dit stimuleert ons flexibel te zijn en mee te bewegen. Digital Marketing As A Service noemen we dat. Hierin bepalen we per maand waar we aan werken. Zien we een verbetering op digital analytics? Dan gaan we dat doen. Een volgende maand besteden we onze tijd wellicht aan social. Onze kracht is dat we niet hetzelfde trucje herhalen, maar maatwerk leveren. Hierbij passen we de nieuwste technologieën toe, zoals machine learning en AI. We zijn partner van Hubspot en AVIOU, een tool voor digitale catalogi. Mede dankzij onze klanten en partners hebben we diverse awards gewonnen en staan we al 13 jaar in de Emerce 100. Niet gek voor een onafhankelijk bureau. Onze kracht is ons topteam!”

WWW.TRAFFIC-BUILDERS.COM



TRANSSMART

THEMA: BAAS IN EIGEN WEBSHOP

Transsmart levert software om de e-fulfilment van webshops te optimaliseren. “Het draait hierbij vooral om de checkout”, zegt Pieter Schalk, directeur salesinnovatie Europa. “Veel



bedrijven geven deze cruciale stap uit handen aan partijen als Bol.com en Amazon. Zo verspelen ze de kans om écht onderscheidend te zijn, terwijl de concurrentie binnen die platformen ook nog eens moordend is. Met onze software creëren webshops wél de checkout die het beste bij de customer journey past. Ze selecteren zelf welke verzendopties, vervoerders en pick-up points ze aanbieden. Voor de back-end zijn er vele features beschikbaar om alle processen – van order tot en met verzending en retour – te optimaliseren.”

“Onze software bevat eenvoudig te installeren plugins voor meer dan honderd soorten ERP en WMS”, zegt salesdirecteur Edward van Luijn. “We beschikken over een database met meer dan duizend carriers binnen Europa. Zo voeg je gemakkelijk meerdere vervoerders aan je checkout toe, ook als je internationaal zaken doet. Via een dashboard kun je jouw vervoerders beoordelen op KPI's. Uit onafhankelijk onderzoek blijkt dat onze software tot een forse conversieverhoging leidt.”

Transsmart werd in 2008 opgericht en in 2019 overgenomen door het Zweedse Unifaun. Begin 2021 is Unifaun gefuseerd met het Noorse Consignor. “Ons moederbedrijf is nu Europees marktleider op het gebied van connectiviteit”, zegt Schalk. “Dankzij de fusie hebben we bij Transsmart nog meer resources om te innoveren. Aan de hand van data analyseren we trends en ontwikkelen we nieuwe tools om het verzendproces verder te optimaliseren. Nog meer dan nu wordt juist daar in de toekomst het verschil gemaakt.”

WWW.TRANSMART.COM