



‘Zo dragen we nog meer bij aan succes’

SQLI DIGITAL EXPERIENCE, VOORHEEN

BEKEND ALS OSUDIO, HEEFT ZIJN WAARDEPROPOSITIE AANGESCHERPT DOOR BIJ ELKE KLANT

DUIDELIJK TECHNIEK, KLANTENGEDEELTE EN BUSINESSGEDEELTE IN BALANS TE BRENGEN ÉN DOOR

STEEDS MEER KLANTEN TE HELPEN IDENTIFICEREN WAAR HUN MARKT ZICH NAARTOE ONTWIKKELT.

Dankzij zustervestigingen in twaalf landen heeft SQLI Digital Experience er volgens Managing Director Mark Blockhuys veel ervaring, expertise en effectiviteit bij gekregen – “precies de redenen waarom je een bureau inhuurt. Wij breiden onze jarenlange ervaring met en expertise in e-business uit met disciplines als platforms, social media en mobiele applicaties. Ook onze effectiviteit is verder toegenomen, doordat we nog sneller kunnen opschalen. Als je die voordelen koppelt aan onze pragmatische aanpak, kom je uit op een gezonde mix. Zo dragen we nog meer bij aan succes.”

Basis op orde

Nieuwe klanten willen groeien en versnel-

len, aldus Blockhuys. “We zien echter dat bij sommige klanten factoren als agiliteit, stabiliteit of veiligheid nog niet optimaal zijn ingericht. Dan stellen we alles in het werk om eerst die basis op orde te krijgen. Het is mooi om klanten daarna te zien versnellen.”

Hij vervolgt: “Voor klanten die digitaal al verder zijn, proberen we inzichtelijk te maken welke informatie ze nog over hun eigen organisatie kunnen verzamelen. Door met behulp van data optimalisaties door te voeren op terreinen waar ze het verschil kunnen maken, kunnen ze op transparante wijze de partner van hun klanten worden. Zo streven veel klanten ernaar om hun eindklanten met behulp

van de nieuwste ontwikkelingen op de markt te bedienen. Wij faciliteren dat.”

Aangescherpte propositie

“De laatste jaren proberen we bij elke klant de balans tussen techniek, klanten en business naar boven te brengen”, vertelt Blockhuys. “Zo helpen we organisaties om het maximale uit hun klantrelaties te halen en dat goed te meten. Er valt nog veel te behalen met het juist opstellen van KPI’s. Op dat vlak hebben we onze propositie de laatste jaren hard aangescherpt.”

Blockhuys besluit: “Daarnaast helpen we steeds meer klanten identificeren waar hun markt naartoe ontwikkelt, en waarom. Hoe ga je bijvoorbeeld om met de ontwikkeling naar market places? Klanten waarderen het dat we niet alleen hun organisatie helpen optimaliseren, maar dat we ze wat marktontwikkelingen betreft ook een spiegel voorhouden.” ○

‘We helpen organisaties het maximale uit hun klantrelaties te halen en dat goed te meten’



DEEL ONLINE