

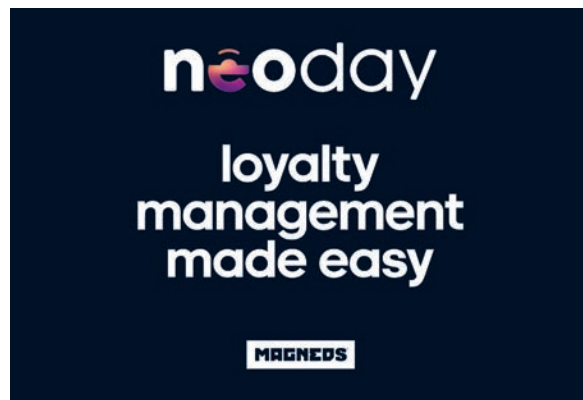
Magneds

GEPERSONALISEERD LOYALTY-PROGRAMMA

Een loyaliteitsprogramma opzetten vergt veel tijd en ondersteuning van softwarespecialisten. Tot nu toe. Want Magneds presenteert NeoDay; hiermee kunnen marketeers snel en eenvoudig campagnes inrichten.

“Met NeoDay kunnen marketeers zelf loyalty-programma's inrichten. Daar komt geen IT'er meer aan te pas”, zegt Jurgen Swaans, CEO van Magneds. Het bureau verzorgt al vijftien jaar online loyaliteitsprogramma's voor grote namen als Heineken, FrieslandCampina, Pathé en tal van andere A-merken in de FMCG, retail, petrol, fashion en leisure. Magneds is het bureau achter bijvoorbeeld Heineken Biertegoed en Club Pathé.

Swaans weet uit ervaring dat loyalty-programma's van idee tot uitvoering (ontwikkeling software en visuals) al gauw anderhalf jaar duren. “Zo'n platform als Club Pathé kan dankzij NeoDay nu binnen acht weken worden ingericht.” Marketeers met enige kennis van marketing automation doen dit helemaal zelf. Zonder IT. Van one-off lead-gen campagnes tot en met gepersonaliseerde loyaliteitsprogramma's voor de lange termijn – Met NeoDay richt je out of the box een op het merk afgestemd loyalty-



programma in. Inclusief features, eenvoudig integrerend met bijvoorbeeld een native mobile app.

Om een vliegende start te maken worden marketeers op weg geholpen met een training en ondersteuning bij het opzetten van de eerste campagne. Maar binnen enkele dagen kan elke klant zelf aan de slag. Binnen het imposante Magneds klantportfolio is NeoDay snel terrein aan het winnen. Swaans: “Wij kunnen voortaan onze kennis en expertise meer inzetten om met de klant over strategie te praten in plaats van over het programmeren.”

>www.neoday.com<



Magnus Digital

INTEGRALE BLIK

Het Data & Analytics-team van Magnus Digital kenmerkt zich door een integrale blik. De consultants hebben niet alleen oog voor de techniek, maar ook voor de organisatie en processen bij de klanten.

Een informele en niet-hiërarchische organisatie. Zo typeert Han Raaijmakers Magnus Digital, waar zo'n honderd consultants werken en dat onderdeel is van Emixa. Raaijmakers is verantwoordelijk voor het Data & Analytics-team. “Met ontwikkelingen rond AI, taalmodellen en machinelearning verandert de wereld van data gigantisch snel. Onze klanten roepen onze hulp in om daar op een strategisch slimme manier mee om te gaan. We helpen klanten in de volle breedte van het data & analytics-domein, waarbij we speciale focus hebben op bepaalde markten, zoals de maakindustrie.”

Raaijmakers legt uit: “Onze consultants hebben een brede blik. Als we bij een bedrijf aan de slag gaan, onderzoeken we eerst wat de wensen en ambities voor de lange termijn zijn. Vervolgens proberen we op een natuurlijke manier aan te sluiten bij de bestaande processen. Pas dan komt de



techniek om de hoek kijken en gaan we een dataplatform bouwen. Zo voorkomen we dat we een systeem bouwen dat niet aansluit op de processen van onze klant.”

Bij Magnus Digital gaan consultancy en implementatie hand in hand. “Door onze bedrijfscultuur krijgen mensen snel verantwoordelijkheid. We horen vaak van onze klanten terug dat zij dat ook waarderen. Ze zien dat onze mensen zaken niet op hun beloop laten, maar zelf initiatief nemen. Ons motto is dat we schouder aan schouder met klanten aan projecten werken. Alleen dan kun je in onze visie tot optimale dataoplossingen komen.”

>www.magnus.nl<

