

DATADRIVEN MARKETING - MENSEN MAKEN DE MIX

MET DE COMBINATIE VAN MARKETING, DATA EN TECHNIEK CREËERT ORANGEVALLEY INNOVATIEVE ONLINEMARKETINGCAMPAGNES. HET DATA-DRIVEN DIGITAL BUREAU INVESTEERT DAARVOOR VOORAL IN DE ONTWIKKELING VAN EIGEN CONSULTANTS. WANT HET ZIJN DE MENSEN VAN ORANGEVALLEY DIE SAMEN MET DE KLANT ECHT HET VERSCHIL MAKEN.

“Kenmerkend verschil tussen OrangeValley en andere bureaus in de Emerce 100 is dat wij ons richten op datagedreven performancemarketing waarbij we marketing, data en techniek verbinden. Wij zijn niet het fullservicebedrijf dat pretendeert alles in huis te hebben. Wij doen waar we goed in zijn: *focus brings excellence*”, zegt Ortwin Verreck, Managing Director OrangeValley. “Performancemarketing is de onmisbare schakel tussen onze klanten en hun klanten. De basis is een mix van marketing, data en techniek. De kunst is om daar een mooie potpourri van te maken. Dan ontstaan er mooie dingen.”

BESTE DIGITALE ERVARING

De missie van OrangeValley: samen met ambitieuze talenten bouwen aan de beste digitale ervaring. De adoptie van nieuwe techniek gaat steeds sneller en het digitale kanaal is voor steeds meer organisaties een vitaal onderdeel van de waardeketen. Dat vraagt om onderbouwde strategische keuzes, gemaakt vanuit de zekerheid die data biedt en gebruikmakend van innovatieve technologie om die data te activeren. “Alles is gericht op de vergroting van customer experience en life time value voor de klanten van onze klant in het digitale kanaal.”







'HET IS DE KUNST EEN MOOIE POTPOURRI TE MAKEN VAN DE MIX VAN MARKETING, DATA EN TECHNIEK'

ONTWIKKELING DIGITAL CONSULTANTS

OrangeValley onderscheidt zich door echt te investeren in eigen mensen, stelt Verreck. "De ontwikkeling van onze digital consultants is heel belangrijk, als mens én als professional. Wij brengen hen niet alleen vakmatige, maar ook persoonlijke en consultancyvaardigheden bij." Het bedrijf kan dit doen dankzij de eigen Academy. De consultant kiest daarbij zijn of haar eigen tempo. Onbeperkt verlof opnemen om op wereldreis te gaan? Geen probleem. Of dit jaar nog senior worden en daarvoor die specifieke opleiding volgen? Dat kan. "Ze hebben veel eigen verantwoordelijkheid en die pakken ze ook", stelt Verreck vast. Niet toevallig, want OrangeValley is een Great Place to Work.

De afgestudeerde wo'er of hbo'er die bij OrangeValley aan de slag gaat, krijgt een basisopleiding en vervolgens een verdieping (SEO, SEA, analytics, werving). In een team met een buddy, productowner en teamleider leert de jonge consultant het vak in de praktijk. Hij of zij geeft zelf aan waar zijn of haar ambitie ligt en waar hij of zij heel goed in wil worden. Bij het matchen van een consultant met een opdrachtgever houdt OrangeValley hier rekening mee: past het bij jouw interesse, wat zijn de aandachtspunten, wie gaat jou begeleiden, wat ga je leren en wat is de volgende stap? Verreck: "Een opdracht is niet alleen in het belang van die klant, maar draagt ook bij aan de groei van onze medewerkers." En dat leidt weer tot tevreden klanten, legt Verreck uit. "De consultant moet het vertrouwen van de klant winnen. Dan ontstaat een symbiose: kennis van de klant gecombineerd met onze marketingkennis. Klanten zeggen regelmatig: ik ben verrast door de ideeën waar ze mee komen; jullie mensen maken echt het verschil. Dat is mooi om te horen."



← DEEL ONLINE

Verreck merkt dat er een trend is naar meer duurzame performancemarketing, waarbij je niet alleen kijkt naar de kortetermijnresultaten, maar ook naar de relatie die je met klanten opbouwt, de binding met je doelgroep en de beleving van jouw merk. Versterkt door de aanscherping van de privacyregels (cookiewetgeving) zie je volgens hem bijvoorbeeld in de retail dat branding steeds belangrijker wordt. "Het draait niet alleen om de winst van vandaag, maar ook om het planten van het zaadje waar je later van zult profiteren."

CULTUUR CREËREN VOOR INNOVATIE

OrangeValley heeft de ambitie om het beste data-driven digital bureau van Nederland te zijn. Dat word je niet zomaar, weet Verreck. "Productontwikkeling vereist een cultuur waarin je ruimte creëert voor je mensen om ideeën te ventileren, fouten te maken (om van te leren). Wij laten hen nieuwe methoden toe-

passen, nieuwe projecten ontwikkelen en proeven doen bij klanten. De pareltjes pikken wij eruit en rollen we breder uit naar andere klanten." Dat levert innovaties op; denk aan het sneller naar de markt brengen van SEO-ontwikkeling, de kortere time-to-market in situatie A ook in situatie B toepassen, A/B-testen die precies het effect meten, met AI een webpagina sneller maken et cetera.

En daarmee win je dus een Global Search Award en DIA Award, die OrangeValley met Blokker en Medicura in de wacht sleepte dankzij een zeer succesvolle e-commercestrategie. "In de Medicura-case komen data, marketing en techniek mooi samen. We hebben een zo gebruiksvriendelijk mogelijke site voor e-commerce voor hen gebouwd op basis van klantinzicht (kwalitatieve en kwantitatieve data). Aan de hand van de dataset is de website ontwikkeld en geactiveerd met marketing." Met heel veel succes dus.