

INCUBETA

DIGITALE MARKETING



INCUBETA IS EEN FULLSERVICE-DIGITAL MARKETINGBUREAU DAT ZICH TOELEGT OP INNOVATIEVE OPLOSSINGEN. MET ALS DOEL: AANTOONBAAR BETERE MARKETINGRESULTATEN. 'OUTPERFORM MARKETING' NOEMT HET BEDRIJF DIT ZELF.

Incubeta heeft creatieve, technische, media- en dataspecialisten in huis die unieke oplossingen weten te vinden voor complexe marketing-uitdagingen. Voor L'Oréal integreerde het bureau bijvoorbeeld ModiFace-technologie in digitale advertenties, waardoor gebruikers via hun smartphone direct cosmetica konden testen en bestellen. Voor Transavia ontwikkelde Incubeta dynamische advertenties die realtime reageren op sneeuwhoeverheden in skigebieden, wat direct de ticketverkoop stimuleerde. Ook Nationale-Nederlanden en Heineken zijn klanten. "Wij ondersteunen onze klanten met de digitale advertising en inzichten in data voor effectieve optimalisatie", zegt Jessica Jacobs, Managing Director van Incubeta Northern Europe.

Incubeta is ontstaan door verschillende overnames waaronder die van de bekende Nederlandse agencies DQ&A uit Den Haag en MAZE-ONE uit Amsterdam. "Hoewel Incubeta een relatief nieuwe naam is, bouwen we voort op gevestigde bedrijven", zegt Jacobs. In de afgelopen jaren heeft Incubeta wereldwijd een sterke positie in de markt opgebouwd. Tegelijkertijd hecht het bedrijf veel waarde aan een lokale aanpak. "Klanten profiteren dus van de expertise en middelen van een wereldwijd bedrijf, terwijl ze tegelijk kunnen rekenen op de persoonlijke aandacht van een lokaal team." Zo is het bedrijf in Nederland gevestigd in Amsterdam en Den Haag. Incubeta is uitstekend gepositioneerd om Nederlandse onder-nemingen naar hun volgende niveau van outperformance-marketing te brengen.

INCUBETA.COM



MAILMEISTERS

E-MAILMARKETING



MET MINIMALE INVESTERING MAXIMAAL RENDEMENT UIT KLANTDATA HALEN: DAARMEE ONDERSCHIEDT MAILMEISTERS ZICH ALS SPECIALIST IN E-MAILMARKETING EN MARKETING AUTOMATION IN HET DIGITALE MARKETINGLANDSCHAP.

Mailmeisters kiest bewust voor één specialisme: e-mailmarketing. "Onze focus is onze kracht", zegt oprichter en eigenaar Jan den Bakker. Inderdaad groeit het bedrijf sinds de oprichting drie jaar geleden nog steeds. Het wordt om de haverklap bekroond met prestigieuze awards in de marketingbranche. Het weet klanten als Mr. Marvis, Stoov en EasyToys aan zich te binden. En de sfeer is er goed: mailmeisters scoort uitzonderlijk hoog (96%) in medewerkerstevredenheid.

Wat eenvoudig lijkt – iedereen kan toch een mailtje versturen? – blijkt een complexe mix van techniek en creativiteit. "Een goede *deliverability* is essentieel: hoe goed je e-mail ook is, als deze niet aankomt bij de ontvanger, heb je er niets aan. Je moet commercieel inzicht hebben en de juiste mail naar de juiste personen sturen. En je mail personaliseren, zodat elke ontvanger een aansprekend bericht krijgt, met de juiste onderwerpregel en tekst", aldus Den Bakker. "Wij zien vaak klantenbestanden waar nauwelijks iets mee wordt gedaan. Als wij daarmee aan de slag gaan, halen we er binnen een maand al veel uit." Het rendement is hoog, temeer daar e-mailmarketing relatief goedkoop is. "Andere kanalen worden steeds duurder. E-mail versturen kost vrij weinig, ook al gaat het om miljoenen berichten."

Mailmeisters zorgt via nauwkeurig ingerichte 'customer journeys' dat klanten alleen relevante berichten ontvangen. Uiteraard in nauwe samenwerking met opdrachtgevers. "Die kennen hun klanten tenslotte het best."

MAILMEISTERS.NL