

## SPOTLER

KOOPGEDRAG VOORSPELLEN



**VOORSPEL KLANTGEDRAG, ZET GERICHTERE CAMPAGNES IN EN BESPAAR ADVERTENTIEKOSTEN MET DE NIEUWE FEATURE PREDICTIVE AI VAN HET CUSTOMER DATA PLATFORM SPOTLER ACTIVATE.**

Veel bedrijven steken veel geld in het aantrekken van nieuwe klanten, maar vergeten bestaande klanten optimaal te benaderen. Met het customer data platform (CDP) Spotler Activate verzamel je data uit verschillende bronnen, zoals bestelhistorie, websitegedrag en e-mailinteracties, waarmee een 360°-klantprofiel wordt gecreëerd.

Predictive AI is een techniek van Spotler Activate, die herhaalaankopen kan voorspellen en waarmee marketingbudget effectiever kan worden ingezet. Dit is ontwikkeld voor e-commercebedrijven, retail- en travelorganisaties met een jaarlijkse omzet vanaf 1 miljoen euro. “Bedrijven kunnen hiermee tot en met 98% zekerheid voorspellen of een bezoeker een herhaalaankoop gaat doen en hoeveel deze waarschijnlijk zal besteden”, zegt Partnership Director Niels den Daas.

Met de gegevens die worden verzameld in het CDP voorspel je met Predictive AI niet alleen of een klant opnieuw iets gaat kopen, maar ook welk marketingkanaal het meest effectief is voor die klant. Zo kunnen bedrijven loyale klanten bijvoorbeeld via WhatsApp benaderen, Google Ads gebruiken voor potentiële kopers en e-mailcampagnes inzetten voor herhaalaankopen. Door te personaliseren met Predictive AI besparen bedrijven niet alleen geld, maar krijgen klanten ook relevantere content. Business Unit Director Glenn van Dam: “Een vaste klant wil anders worden benaderd dan een nieuwe klant. Dat kan, als je weet wat het koopgedrag is van de klant.” Bespaar geld en verhoog je conversie bij bestaande klanten.

**SPOTLER.COM**



## STORYBOARD AGENCY

INFLUENCERMARKETING

**VOOR MAXIMALE IMPACT MOET INFLUENCERMARKETING VERDER GAAN DAN BEREIK EN ENGAGEMENT. STORYBOARD AGENCY EXCELLEERT HIERIN, DOOR HAAR VOLLEDIGE FOCUS OP MERKBOW.**

In de wereld van influencers balanceren veel bureaus de duale belangen van creators en adverteerders. Marktleider Storyboard is echter 100% gericht op merkbouw, benadrukt oprichter en CEO Martijn de Kemp. “Creators zijn goed in contentcreatie, maar minder gefocust op merkbouw. Wij begrijpen hoe creators werken, weten social media optimaal in te zetten én snappen dat viraal succes van een influencer af moet stralen op het merk.”

Storyboard opereert hierin als verlengstuk van marketingteams voor merken als AXE, Spa en Robijn. “We zijn analytisch sterk en onze ervaren collega’s denken strategisch met klanten mee. Dat combineren we met expertise over influencermarketing.” Storyboard helpt marketeers zo verder te kijken dan bereik en engagement. Merkimact wordt meetbaar door campagnes te valideren op matchmaking, strategie en talentselecties en door KPI’s te koppelen aan merkperceptie en consumentengedrag. “Influencermarketing en bijbehorende budgetten groeien. Onderbouwing en goed meetbare ROI worden belangrijker”, stelt De Kemp. “Wij maken dit voor, tijdens én na de campagne inzichtelijk.”

Bij brancheorganisatie DDMA is De Kemp onder meer initiatiefnemer van keurmerk Certified by Influencerregels.com. Dit wordt gesteund door topadverteerders, zoals Unilever, Heineken, TUI en Bol.com. Al tweeduizend influencers zijn gecertificeerd. “Ik ben er trots op dat we dit hebben gerealiseerd met de DDMA, Stichting Reclame Code en de Bond van Adverteerders. Dit zorgt voor verdere professionalisering van de sector.”

**STORYBOARD-AGENCY.COM**

