



# INSTANT VALUE CREATION

Datagedreven en schaalbare prototypes voor omnichannel marketing

BUSINESS ACCELERATOR

Direct versnellen in customer experience & customer engagement

## *Structureel succes met data & A.I. in marketing interactie en klantbeleving*

Ondanks de grote beloftes rondom de inzet van data & A.I., matcht de klantervaring die de meeste organisaties aan hun klanten bieden niet met de toenemende klantverwachtingen.

Sterker nog, deze 'experience gap' neemt in veel gevallen alleen maar toe. Klanten haken af tijdens journeys en komen niet meer terug, de engagement op de diverse kanalen en touchpoints neemt af en de klanttevredenheid & NPS komen niet op het gewenste niveau.

Binnen veel organisaties zijn onderwerpen als customer experience, customer engagement en data driven marketing een hot topic. Diverse initiatieven worden opgestart, al dan niet met tijdelijke externe versterking. Er worden verschillende workshops georganiseerd in gemengde samenstellingen van collega's die in multidisciplinaire teams aan de uitkomsten ervan werken en er is meestal geen gebrek aan (vaak dure) technologie.

Desondanks blijft de échte structurele verbetering uit. Het is te veel 'oude wijn in nieuwe zakken' of te experimenteel van aard. De doelstelling en snelheid van opleveringen ontbreekt waardoor nauwelijks (meer)waarde wordt gecreëerd en marketing gedreven klant teams hun ambities maar gedeeltelijk realiseren.

## *Waarom organisaties nog steeds suboptimale klant interacties leveren*

- Innoveren in klantbeleving betekent vooral meeliften op de buzzwords uit de markt waarvan nut en noodzaak voor de eigen organisatie en klanten niet duidelijk is
- De 'experience gap' is vaak een reden om nieuwe (en nog duurdere) technologie aan te schaffen die vervolgens nauwelijks werkbaar blijkt in de dagelijkse marketing operatie
- A.I. wordt als doel op zichzelf ingezet in klantinteracties en niet als middel om de klantbeleving te verbeteren
- Klanten worden nauwelijks betrokken bij innovatie en ontwerp- & ontwikkelprocessen zijn traag, stroperig en niet wendbaar ingericht,

waardoor er nauwelijks gebruik gemaakt wordt van klantfeedback om interacties te verbeteren

- Data gerelateerde projecten worden opgeleverd met te weinig oog voor zowel de relevantie voor de klant als de structurele impact voor de organisatie

**Forse allocatie van resources naar buzzwords**

**Dominante rol van technologie**

**Hoog ambitieniveau in A.I. toepassingen**

**Gebrek aan *echt* klantgericht werken**

**Experimentele aanpak van data projecten**

## Hoe wij naar datagedreven marketing kijken

In onze visie zetten succesvolle, datagedreven organisaties in op de effectieve en duurzame waardecreatie met data.

De uitdagingen waar data professionals & marketeers in deze context mee te maken hebben, zijn o.a.:

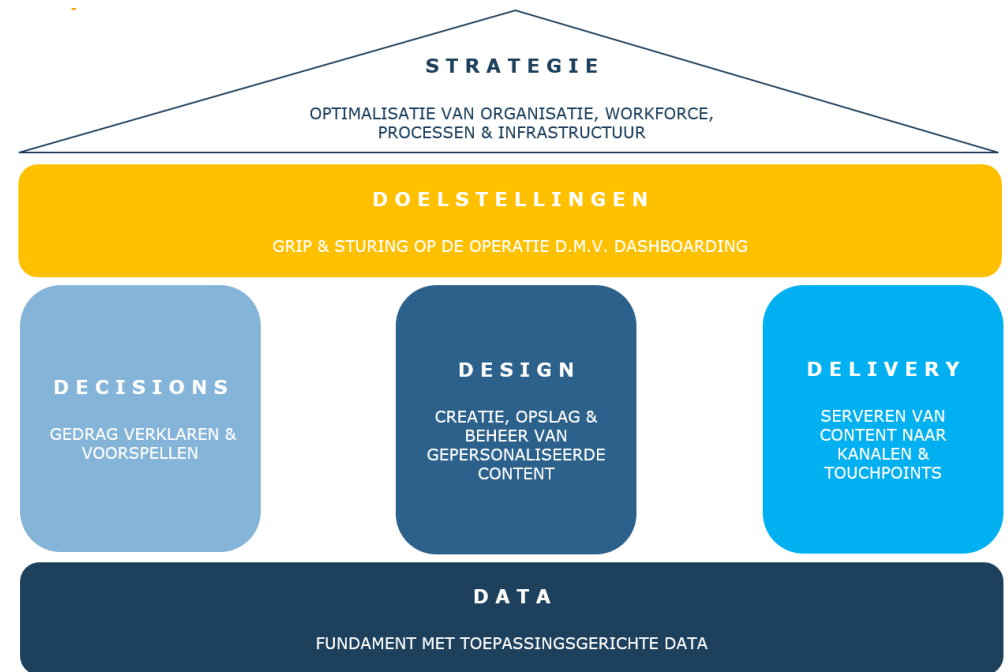
- Agile werken in multidisciplinaire teams
- Werken met/vanuit de voice of the customer
- Alle beschikbare Marketing Automation oplossingen
- Terminologie als data governance, CDP en DMP, data lake, A.I. & machine learning, 360 graden klantbeeld, design thinking, marketing automation & personalisation
- Innoveren in een omgeving waar daily business runnen alle prioriteit heeft
- Toenemende druk van stakeholders om meer data-gedreven te werken: attributie, CAC, accountability, LTV & KPI's zijn termen die steeds meer gevraagd worden
- Consistentie in (realtime) omnichannel klant interacties
- Druk om 'state-of-the-art oplossingen te leveren als CX frameworks, NBA's & recommendation engines
- Schaalbare oplossingen leveren

Wij zien dat veel organisaties en marketing teams moeite hebben de juiste keuzes te (blijven) maken en prioriteiten te stellen in deze constant veranderende wereld, waardoor de klantervaring nauwelijks naar een hoger niveau getild wordt en klantdoelen slechts gedeeltelijk gerealiseerd worden.

Wij hebben hiervoor de Business Accelerator ontwikkeld, waarmee we organisaties helpen om binnen drie maanden deze aansluiting en doelstellingen wél te realiseren. Zo leggen we het fundament neer waarmee de organisatie structureel waarde kan leveren op organisatie- en klantdoelstellingen.

Deze aanpak combineert een datagedreven en agile werkwijze met 'design thinking' elementen en wordt ondersteund, waar nodig, door A.I.

De Business Accelerator past als 'versneller' binnen ons omnichannel marketing framework. Dit framework bevat de bouwstenen waarmee wij organisaties helpen hun datagedreven marketing ambities structureel te realiseren.



## Wat is de Business Accelerator?

Met behulp van de Business Accelerator leveren we binnen drie maanden een verbeterde customer journey op als prototype van een (meer) datagedreven & schaalbare marketing toepassing. Onze opdrachtgever versnelt hiermee direct in de realisatie van een commerciële en klant georiënteerde doelstelling.

Datagedreven betekent dat we:

- vertrekken vanuit de huidige situatie in klantinteracties
- klantfeedback gebruiken om interacties te ontwerpen, leveren en optimaliseren
- een dashboard opleveren waarmee de organisatie de nieuwe journey kan monitoren en optimaliseren

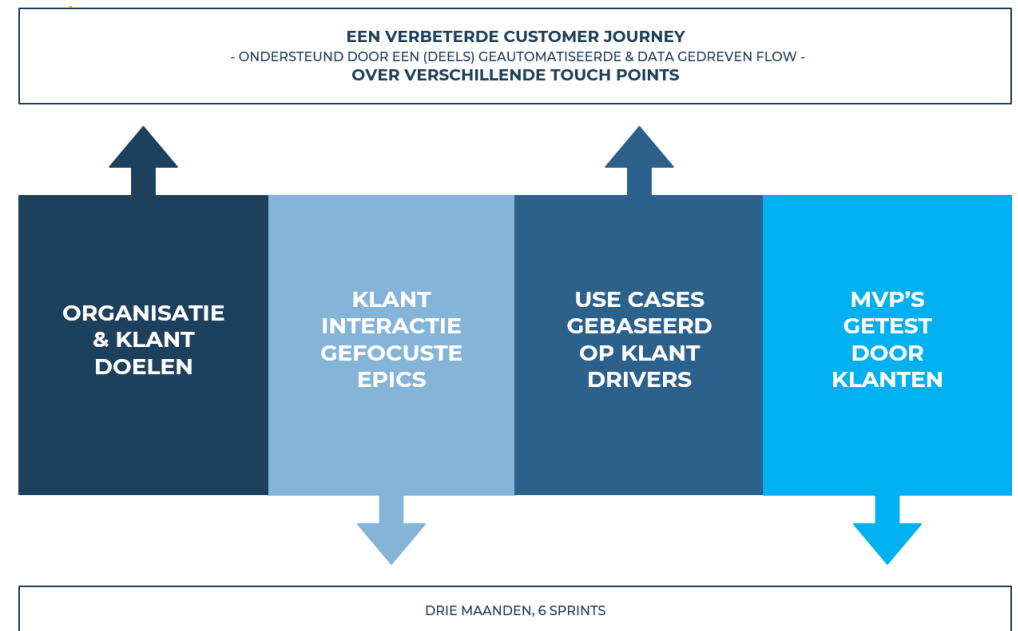
Schaalbaar betekent dat de opdrachtgever:

- met minimale resources de nieuwe journey ook kan toepassen op andere touchpoints, doelstellingen of target audiences
- de nieuwe journey makkelijk kan aanpassen met nieuwe assets (content, visuals en video)

Tijdens een Business Accelerator project trainen en coachen wij het multidisciplinaire team van de opdrachtgever naar een meer agile en datagedreven way of working. Op die manier stellen we onze opdrachtgever in staat zelfstandig door te pakken op de ingeslagen weg en eigen elementen aan de aanpak toe te voegen.

Daarnaast leveren we een scorecard op voor onze opdrachtgever, waarop wij de organisatie - met de hands-on ervaringen in het project van de Business Accelerator - scoren op de (8) componenten van succesvolle, datagedreven organisaties. Deze componenten delen wij in op vier assen: organisatie, medewerkers, processen en infrastructuur.

Met deze input kan de organisatie niet alleen de data(gedreven) strategie verder ontwikkelen en optimaliseren, maar ook keuzes voor de korte en lange termijn op de vier assen prioriteren.



## Wat levert de Business Accelerator op?

- Een schaalbare, (soms deels) geautomatiseerde en datagedreven customer journey die een versnelling realiseert op klantdoelstellingen  
Deze journey stelt de organisatie daarnaast in staat vergelijkbare journeys te ontwikkelen
- Een dashboard, waarmee de customer journey gevisualiseerd en gemonitord wordt, waardoor de opdrachtgever de journey kan optimaliseren. Bovendien dient dit dashboard als fundament voor andere visualisaties van klant journeys
- Een scorecard met de vergelijking tussen de huidige situatie van de organisatie en de 'gap' naar de datagedreven inrichting en ambities van de organisatie

## Wat zijn de voordelen van deze aanpak voor onze opdrachtgever?

### I Voor de organisatie

- We leveren - samen met het team van de opdrachtgever - een succesvolle en schaalbare (geautomatiseerde) toepassing op binnen drie maanden, waarmee de organisatie direct versnelt op marketing doelstellingen. We realiseren daarmee direct impact en draagvlak binnen de organisatie en tegelijkertijd voeden we de data(gedreven) strategie en scherpere die aan waar nodig

### II Voor de processen, medewerkers & infrastructuur

- We helpen de teamleden in een nieuwe agile en datagedreven manier van werken.
- We leveren een scorecard waarmee de opdrachtgever keuzes kan maken m.b.t. het data fundament, de marketing technologie en processen. En we geven de opdrachtgever advies over de next steps na de business accelerator (over specifieke onderwerpen als 360

graden klantbeeld of personalisatie, maar ook voor ondersteuning in structurele partnerships)

### III Voor klanten

- Zij ervaren dat hun verwachtingen veel meer worden waargemaakt. Zij ontvangen, veel meer dan hiervoor, relevante content die waardevol voor hun is. Zij worden herkend over de kanalen heen en zijn tevredener over de dienstverlening, waardoor ze beter converteren en loyaler zijn aan de organisatie



Onze andere diensten & services in marketing, design thinking, agile en A.I.

Naast de Business Accelerator bieden wij ook andere services aan om datagedreven marketing organisaties & teams te ondersteunen.

Onze methode kenmerkt zich door het beste van een aantal werelden te combineren: agile, datagedreven, design thinking & A.I. Deze specifieke componenten bieden wij ook als services, zodat organisaties in een geprioriteerd domein kunnen versnellen en verbeteren.

## I Services

- interim analytics translator/Product Owner

een expert uit onze adviespraktijk die multidisciplinaire teams in organisaties hands-on meeneemt in een nieuwe agile & datagedreven aanpak

- interim multidisciplinair team

voor organisaties die een team van ervaren experts zelfstandig aan een specifiek epic willen laten werken en binnen drie maanden resultaat verwachten. Voor een verbetering in de huidige CX/CE, of als verkenning van ambities voor de lange(re) termijn

- Interim data engineer

voor ondersteuning van agile teams binnen een organisatie

- Interim data allrounder (BI, insights & selecties)

voor ondersteuning van agile teams binnen een organisatie

- Interim front end allrounder (copy & design)

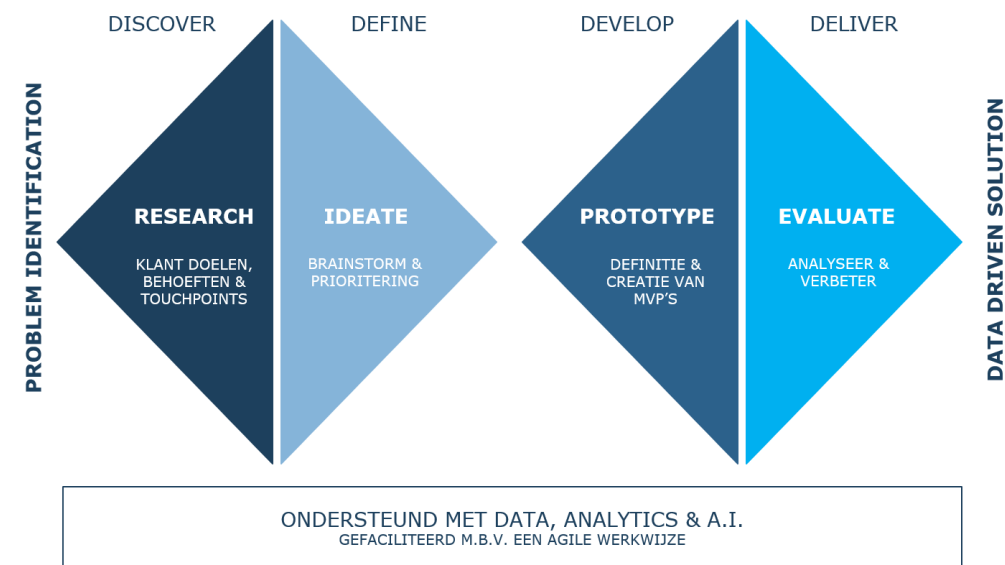
voor ondersteuning van agile teams binnen een organisatie

## II Workshops

- Epics definiëren o.b.v. doelstellingen
- Use case sessies (definiëren en prioriteren)
- 4D (data, decisions, delivery & design) requirements sessie (nav use cases)
- Conversie canvas voor use cases invullen
- Sprint planning (backlog opzetten voor 6 sprints)

## III Scorecard

- data driven execution scan (o.b.v. interviews & desk research)



### Wanneer is de Business Accelerator interessant?

- voor organisaties die de waarde van data & analytics in data driven marketing nu écht een keer willen verkennen
- organisaties die willen versnellen op huidige (data driven) marketing doelstellingen
- organisaties die een specifieke marketing ambitie willen realiseren waar bestaande teams niet aan toekomen
- organisaties die een nieuw businessmodel of propositie willen testen en toetsen met klanten
- organisaties die willen ervaren wat data driven marketing, design thinking & agile werken echt inhoudt voor medewerkers & klanten en wat het kan betekenen voor de organisatie
- organisaties die op weg geholpen willen worden in keuzes voor nieuwe (MarTech, data & analytics) technologie

### De Business Accelerator, en dan?

De Business Accelerator is niet bedoeld als eenmalig project waarmee we een tijdelijke opleving creëren. Daarom leveren we, naast de project opleveringen (journey & dashboard), samen met het team een scorecard op.

Met deze scorecard stellen we onze opdrachtgever in staat om keuzes te maken en prioriteren in de datagedreven ambities op de assen:

- organisatie & cultuur
- mensen & competenties
- processen
- data & infrastructuur

Wij hebben diverse partnerships ontwikkeld om onze opdrachtgevers op (één van) deze assen verder te ondersteunen voor zowel de korte als lange(re) termijn.

Naast onze standaard services als interim oplossingen, recruitment en project- & programmamanagement bieden wij nu ook een 'Data & Analytics Partnership', onze propositie voor organisaties die niet zelfstandig in staat zijn om data & decisions structureel op het niveau van de datagedreven ambities te krijgen of de investeringen hiervoor te hoog vinden.



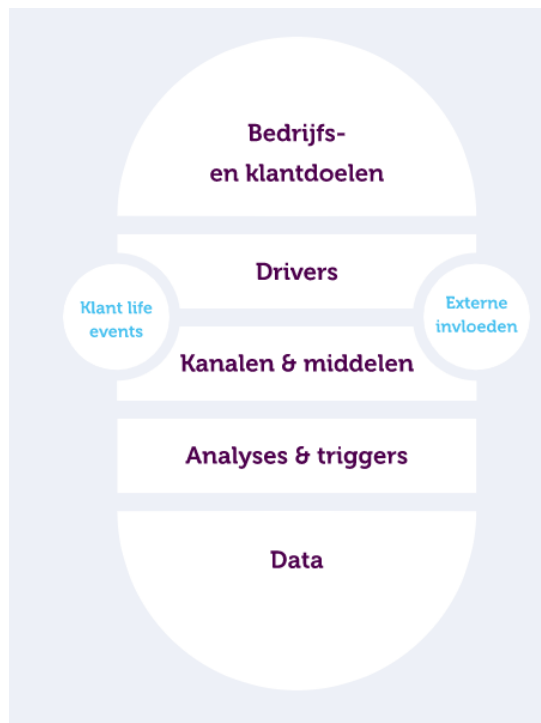
*Cmotions biedt naast support in marketing executie ook oplossingen in de ontwikkeling van een datagedreven (marketing)strategie*

## Strategie & organisatie

Vanuit ons specialisme strategie en organisatie realiseren wij voor onze opdrachtgevers heldere data strategieën, die duidelijk maken hoe je als organisatie scoort met data en analytics.

Hiermee creëren we een doelgerichte inzet van data en analytics op het gebied van klantrelatie en klantwaarde ontwikkeling, procesoptimalisatie of risicominimalisatie. En we zorgen door het inrichten van een datagedreven organisatie, dat alle organisatieaspecten in balans ontwikkeld worden voor een duurzaam succesvolle organisatie.

Voor meer informatie, kijk op <https://cmotions.nl/strategie-organisatie/>



## Omnichannel marketing

Succesvolle omnichannel marketing gaat over het realiseren van relevante interacties die (minimaal) voldoen aan de verwachtingen van de klant én (direct) waarde leveren voor het bedrijf.

Deze momenten zijn gebaseerd op het leveren van gepersonaliseerde service, content, aanbevelingen en aanbiedingen, via alle kanalen en devices, gedurende de hele klantreis.

Vanuit onze adviespraktijk helpen wij organisaties de next step(s) te zetten in de realisatie van hun ambities omtrent datagedreven marketing interacties.

Kijk voor meer informatie op <https://cmotions.nl/omnichannel-marketing/>

