



7 tips voor bedrijven die klein willen starten met big data

Big data is niet enkel is weggelegd voor multinationals. Ook voor relatief kleine bedrijven zijn de voordelen enorm. We geven je zeven tips waarmee je direct aan de slag kunt.

1 Verdiep je in je (potentiële) klant

Wat weet je eigenlijk al van je doelgroep en klanten? En welke informatie heb je nodig om de ervaring die mensen hebben met jouw bedrijf of merk te verbeteren? Maar ook: welke informatie ga je in de toekomst nodig hebben, en welke informatie is eigenlijk niet relevant om te hebben?

2 Weet waarom je data verzamelt

Wat zijn je bedrijfsdoelstellingen en KPI's (Key Performance Indicators)? Oftewel, wat wil je bereiken? Ga geen 'data verzamelen om het verzamelen'. Bespreek dus intern welke vragen er zijn die met behulp van data beantwoord kunnen worden.

3 Zoek de juiste balans tussen conversie en datacollectie

Waarom zou iemand zijn gegevens met je delen? De waarde van hetgeen je aanbiedt, moet vergelijkbaar zijn met de moeite die iemand moet doen om het te krijgen. Heldere communicatie is hierbij essentieel. Het is bijvoorbeeld wettelijk verplicht om op je website te

vermelden welke typen cookies je verzamelt en waarom. Implementeer hiervoor een GDPR proof cookiebanner.

Vraag je via een nieuwsbriefformulier om een geboortedatum, zet er dan bij dat je deze wilt weten omdat je een cadeautje wilt sturen naar jarige contacten. Omdat de bezoeker weet dat je de informatie gaat gebruiken om iets leuks te geven, zal dit veld op je formulier weinig afhakers ten gevolge hebben.

4 Sla alle data die je verzamelt centraal op

Wanneer je werkt met verschillende Excel lijstjes, heb je geen inzicht in overlappende data. Iemand die deelnam aan je webinar, drie whitepapers heeft gedownload én je nieuwsbrief wil ontvangen, moet op je radar staan. Als je systemen echter niet met elkaar gekoppeld zijn, kun je onmogelijk overzicht houden.

5 Integreer je systemen

Koppel het Content Management System (CMS) van je website met je Customer Relationship Management (CRM) software. Bezoekers zijn vaak bereid waardevolle informatie achter te laten in een online klantomgeving waar ze bijvoorbeeld hun bestellingen of downloads kunnen inzien. Focus je echter niet alleen op online data, maar verrijk deze met offline gegevens zoals telefonische vragen, getekende contracten en ontvangen visitekaartjes.

Door stukjes informatie samen te voegen, krijg je een volledig beeld van je (potentiële) klant, zonder dat hij of zij alle informatie in één keer met je moet delen.

6 Analyseer, visualiseer en evalueer je bedrijfsdoelstellingen op basis van data en KPI's

Herken je patronen of zie je juist afwijkingen? Probeer deze te verklaren. Als één pagina op je website een veel hoger uitstappercentage heeft dan de rest, voldoet de inhoud ervan mogelijk niet aan de verwachtingen. Of ligt het misschien aan de laadtijd? Een klant die steeds weer naar een bepaalde productgroep navigeert, zal mogelijk goed reageren op een aanbieding van producten uit die categorie. Een Web Analyst kan je van nog veel meer waardevolle inzichten voorzien.

7 Neem je beslissingen en onderneem acties op basis van data

Voorzie slecht converterende landingspagina's van heldere informatie en een laagdrempelig formulier. Optimaliseer alleen die stap in de funnel die tot grote uitval leidt. Verzend alleen e-mails op basis van de voorkeuren die werden aangevinkt op het aanmeldformulier.

Krijg je veel klachten over een bepaalde service die je verleent? Geef dan prioriteit aan het vinden van de juiste oplossing. Kijk hierbij altijd verder dan de objectieve data: de persoonlijke relatie met je klant moet immers altijd centraal staan.



DIGITAL POWER

www.digital-power.com

Van data naar doen met Digital Power, jouw datapartner

Digital Power is een team van specialisten met passie voor data. Samen helpen we organisaties datagedreven te werken. Je vindt bij ons expertise op het gebied van Data Analytics, Technical Web Analytics, Customer Experience, Data Science en Data Engineering. Heb je een data vraagstuk, uitdaging of kans? We gaan graag voor – en mét – je aan de slag.

