

# Klanten slim en flexibel activeren

ACTITO HEEFT EEN FLEXIBEL, SCHAALBAAR EN GEBRUIKSVRIENDELIJK PLATFORM VOOR HET AUTOMATISEREN VAN MARKETINGCAMPAGNES, VERTELT JULES PIETERS. KLANTEN KUNNEN DANKZIJ HET PLATFORM OPTIMAAL GEBRUIKMAKEN VAN TECHNOLOGIE BIJ HET ACTIVEREN VAN KLANTEN VIA ELK KANAAL.

**V**anuit kantoren in vijf Europese landen en in Canada ondersteunt Actito meer dan achthonderd bedrijven bij het automatiseren van hun marketing. “Met ons platform kunnen bedrijven hun klanten activeren op het juiste moment met de juiste boodschap via het meest geschikte kanaal”, zegt Jules Pieters, managing director voor Actito in Nederland. “Het platform is flexibel, schaalbaar en gebruiksvriendelijk.”

Die flexibiliteit in met name het datamodel is heel belangrijk, vervolgt hij. “Drie jaar geleden speelde de elektrische auto nauwelijks een rol in de automotive sector. Nu is die niet meer weg te denken. Als marketeer wil je daarop kunnen inspelen. Als je vastzit aan een ‘mono-table’-datamodel waaraan je geen

**‘Onze software is zo gemaakt, dat marketeers zelf alles kunnen bedienen’**

gegevens over elektrische auto’s kunt toevoegen, dan heb je een probleem. Bij ons platform kunnen marketeers dat met één klik aanpassen. Onze software is zo gemaakt, dat marketeers zelf alles kunnen bedienen, zonder hulp van de IT-afdeling of een externe partij.”

## MULTICHANNEL

Het Agile Customer Activation Platform van Actito is eenvoudig te integreren en te koppelen met andere gegevensbronnen. “Klanten die hun website of hun e-commercesysteem hebben gekoppeld, kunnen op basis van historische aankopen of winkelmandjes aanbevelingen doen.” Met het Actito-systeem kan dat volledig geautomatiseerd, op basis van scenario’s voor een marketingcampagne. De praktische toepassing is breder dan alleen e-commerce. “Het systeem kan bijvoorbeeld ook triggeren dat leaserijders met een aflopend contract via de ‘callcenter-app’ een telefoontje krijgen als ze de website hebben bezocht.”

## KRACHT IN B2C

Automotive is een van de sectoren waar Actito goed is vertegenwoordigd. Andere zijn onder meer retail, e-commerce en media. De meeste

klanten richten zich op consumenten. “Onze kracht ligt in B2C. Dankzij ons flexibele en schaalbare datamodel kunnen we eenvoudig heel veel data verwerken. Een database met honderdduizenden contacten is voor ons geen probleem. Wij hebben klanten met miljoenen profielen die met onze oplossing automatisch gepersonaliseerde campagnes genereren.” Een grote Nederlandse klant in B2C is Friesland-Campina, vertelt Pieters. Maar, benadrukt hij, Actito werkt ook voor B2B-bedrijven. “We kunnen beide. ABB is een B2B-klant.”

“Klanten zijn erg gecharmeerd van onze gebruiksvriendelijke interface, het open en flexibele datamodel, de scenariobuilder en van onze persoonlijke ondersteuning. Wij helpen hen echt om voor hun marketing slim gebruik te maken van technologie.”

