

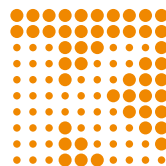
Case Closed



Sponsor
BINGO
LOTERIJ


BankGiroLoterij


NATIONALE
POSTCODE
LOTTERIJ



KADENZA
HAVING A CLUE

De Nationale Postcode Loterij, de Sponsor Bingo Loterij en de BankGiro Loterij vormen gezamenlijk de Goede Doelen Loterijen in Nederland. Deze loterijen streven ernaar een bijdrage te leveren aan respectievelijk een schonere en rechtvaardige wereld, het verbeteren van welzijn en gezondheid in Nederland en het ondersteunen van cultuur en behoud van cultureel erfgoed in Nederland.

‘Kadenza had zich duidelijk verdiept in de uitdagingen van zowel onze techniek als van onze marketing.’

Hans Terpstra,
Coördinator Database Marketing
Nationale Postcode Loterij

Van de totale netto-opbrengsten van de Goede Doelen Loterijen wordt 50 procent besteed aan organisaties die zich inspinnen voor bovengenoemde doelstellingen.

De Goede Doelen Loterijen in Nederland hebben hun idealen hoog in het vaandel staan. Hoe meer deelnemers en hoe hoger de inkomsten per deelnemer, des te meer deze organisaties kunnen doen voor mens en natuur, welzijn en cultuur. Om dit doel te bereiken worden jaarlijks diverse multichannel marketing-campagnes geïnitieerd.



Aanleiding

Binnen de Goede Doelen Loterijen is de Nationale Postcode Loterij de grootste gebruiker van marketing analyses en rapportages. Bij de medewerkers leefde de wens tot verbetering van analyses en de uiteindelijke data handling al enige tijd. Hans Terpstra, Coördinator Database Marketing bij de Nationale Postcode Loterij vertelt: “De belangrijkste redenen daarvoor waren een gewenste versnelling van de verwerking van data en betere en snellere analyses. Met meer dan drie miljoen unieke personenrecords in de database van de Goede Doelen Loterijen, voldeed de bestaande omgeving niet meer.”

‘Als marketeer wil je data altijd sneller en beter kunnen analyseren en interpreteren. Up-to-date informatie is cruciaal voor doelgerichte marketingacties.’

Jeroen van der Meulen,
Hoofd Marketing bij de Nationale Postcode Loterij

De Goede Doelen Loterijen richt zich met haar marketingcampagnes altijd op het werven en behouden van deelnemers. De organisatie wil van traditionele, omvangrijke massamailings overschakelen naar event-driven mailings met een lagere oplage. Met deze mailings richten de loterijen zich op specifieke doelgroepen, die iedere keer op basis van voorgedefinieerde selectiecriteria worden samengesteld. Daarnaast moeten mutaties en kenmerken op het gebied van bijvoorbeeld lifestyle en demografie adequaat bijgehouden en getraceerd kunnen worden.

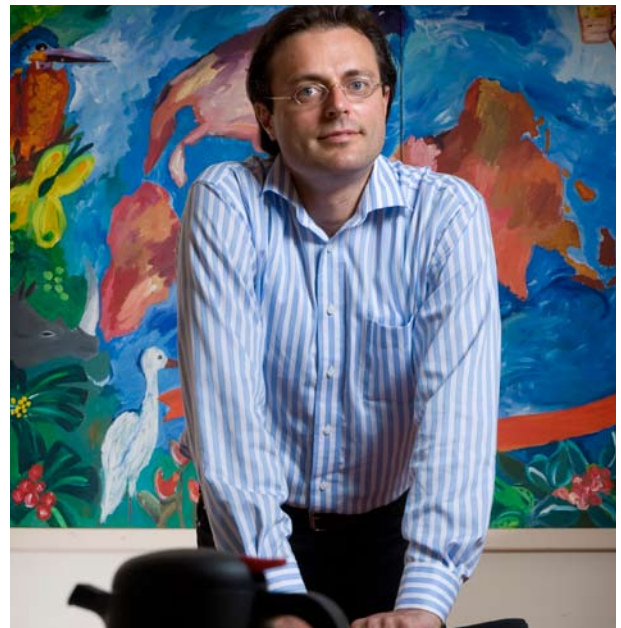
“Als marketeer wil je data altijd sneller en beter kunnen analyseren en interpreteren. Up-to-date informatie is cruciaal voor doelgerichte marketingacties”, zegt Jeroen van der Meulen, Hoofd Marketing bij de Nationale Postcode Loterij. “Zo verhuist bijvoorbeeld elke maand één procent van de Nederlanders. Dat verhuismoment kunnen we nu aangrijpen om lidmaatschappen uit te breiden. Daarom willen wij snel actie kunnen ondernemen op basis van krachtige analyses.”

Probleemstelling

Om te kunnen voldoen aan de vraag van de marketingafdeling, was er bij de Goede Doelen Loterijen behoefte aan een innovatieve oplossing, waarmee sneller gewerkt kon worden. De oplossing moest de afdeling Database Marketing optimaal kunnen faciliteren in het evalueren, analyseren en interpreteren van data. Eventuele overlap van de campagnes van de Nationale Postcode Loterij met die van de BankGiro Loterij en de Sponsor Bingo Loterij diende eveneens voorkomen te worden. “Om dit proces te vereenvoudigen en te versnellen, is besloten de huidige analyseomgeving te vervangen en zijn we een selectieprocedure gestart onder bedrijven die ons probleem konden oplossen”, licht Terpstra toe.

Waarom Kadenza?

Om tot een goede selectie van leveranciers te komen, schreven de Goede Doelen Loterijen een Request for Information uit. Hierbij werd de focus gelegd op referenties, visie en ervaring en speelden selectiecriteria als tijd en beschikbaarheid, accuratesse, technische kennis en database marketing een belangrijke rol. Kadenza, specialist op het gebied van Enterprise Intelligence, werd geselecteerd om samen met vier andere bedrijven hun visie en





oplossingsmogelijkheden op de problematiek bij de Goede Doelen Loterijen te presenteren. “Kadenza had zich duidelijk verdiept in de uitdagingen van zowel onze techniek als van onze marketing”, zegt Terpstra. “Zij beschikten over concrete kennis en hulpmiddelen, waar andere partijen die tools nog moesten ontwikkelen. Daarbij gaven de consultants van Kadenza duidelijk aan hoe zij het project zouden aanpakken. Kadenza had de kennis en capaciteit in huis om oplossingen aan te dragen voor onze marketing intelligence vraagstukken.”

Aanpak Kadenza

Kadenza verdiepte zich direct in de business van de Goede Doelen Loterijen en voerde gesprekken met medewerkers om hun wensen en eisen voor het nieuwe systeem te inventariseren. Terpstra: “Daardoor was Kadenza in staat een goede vertaalslag te

maken van de praktijk naar de techniek. We stelden echter een belangrijke voorwaarde, en dat was het feit dat het nieuwe marketing intelligence-systeem flexibel opgezet moest worden, zodat dit ook gekoppeld kan worden aan ons nieuw te ontwikkelen back-office systeem.

“Er bestaat een prettige samenwerking”, vertelt Terpstra. “Kadenza helpt ons nu met het inrichten van het proces en het opzetten van analyses en rapportages. Op momenten van ondercapaciteit kunnen we op Kadenza terugvallen als back-up.”

Resultaten Business

“Wij hebben met deze oplossing en het nieuwe data warehouse een geweldige vooruitgang geboekt”, vertelt Terpstra. “In feite slaan we twee vliegen in één klap, want waar de marketing afdeling nu effectiever de markt kan benaderen, kan database marketing efficiënter werken. Dat vertaalt zich direct in kostenreductie en daarmee hebben wij één van onze primaire doelstellingen gerealiseerd.”

‘Waar de marketing afdeling nu effectiever de markt kan benaderen, kan database marketing efficiënter werken. Daarmee slaan we twee vliegen in één klap.’

‘Wij beschikken over de tools om respons op onze acties te meten en razendsnelle analyses te genereren.’

Van der Meulen vult aan: “Wij beschikken over de tools om direct de respons op onze acties te meten en razendsnel uitgebreide analyses te genereren. Daarmee zijn wij in staat die gegevens optimaal te benutten voor het ontwikkelen van nieuwe campagnes.”

Terpstra: “Wij hebben in Kadenza een betrouwbare partner gevonden die voor het data warehouse van de Goede Doelen Loterijen een architectuur heeft neergelegd die aansluit op ons operationele systeem.”



Resultaten technisch

Kadenza leverde de Goede Doelen Loterijen een marketing intelligence-omgeving, gefundeerd op een data warehouse-architectuur die enerzijds voorziet in zowel strategische als operationele informatie en anderzijds gebruiksvriendelijkheid combineert met geavanceerde rapportage- en analysetools. Daarmee is acceptatie van zowel de eindgebruikers als de ontwikkelaars gewaarborgd. “De vernieuwing ligt voornamelijk in de functionaliteit en de kracht van het systeem”, aldus Terpstra. “De nieuwe oplossing voorziet in een uitstekende data-integratie met ons nieuwe back-office systeem, waardoor de marketingafdeling optimaal profiteert van de uitgebreide analyse- en evaluatiemogelijkheden. Daarbij zijn gegevens op een eenduidige wijze interpreteerbaar, wat zich vertaalt in betrouwbaarheid en begrijpbaarheid.”

Sponsor
BINGO
LOTERIJ

BankGiroLoterij

NATIONALE
POSTCODE
LOTERIJ



KADENZA

‘Kadenza doet wat ze belooft.’

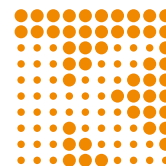
Meer ontdekken begint met anders kijken.

Op dezelfde manier naar iets kijken zorgt weliswaar steeds weer voor herkenning, maar zelden voor nieuwe inzichten. Dat is precies de reden waarom de professionals van Kadenza vanuit meerdere gezichtspunten naar ogenschijnlijk hetzelfde onderwerp kijken. Wie zich die inspanning getroost weet dat geen twee situaties identiek zijn. En dat elke situatie en elk probleem om een geheel eigen aanpak vraagt.

Onze specialisten hebben jarenlange ervaring op het gebied van business intelligence en datawarehousing vraagstukken. Deze ervaring weten zij naadloos te koppelen aan hun vermogen nieuwe oplossingen aan te dragen. Zo creëren wij samen met onze klanten en met de inzet van geautomatiseerde hulpmiddelen een stevig fundament onder de bedrijfsvoering. Waar structuren en onderlinge verbanden helder en logisch zijn.

Benieuwd welke oplossingen wij voor uw organisatie kunnen aandragen? Kijk op www.kadenza.nl

Eemnesserweg 55
1251 NB Laren
Telefoon (035) 539 44 90
info@kadenza.nl



KADENZA
HAVING A CLUE

KADENZA. HAVING A CLUE

