

Marketing Technologie

# Vergelijk platformen



## Ieder platform heeft zijn job-to-be-done

Een ERP is geschikt voor orders en klantinformatie, maar bevat voor Sales te weinig data. Het CRM is prima om Salesleads te volgen, maar voor Marketing beperkt in data die nieuwe leads kan herkennen. Een e-mailtool levert perfecte e-mails af, maar is beperkt in data- en segmentatiemogelijkheden. Hoe kom je nou tot het platform dat jouw marketing meer ROI én efficiency levert?

## Marketing Technologie

# 4 hoofdcriteria voor je marketingplatform

- ✓ **Data verzamelen:** ieder Martech platform verzamelt klantdata. Persoonsgegevens, marktgegevens, product- en orderdata, gedrags- en responsdata. Het is nodig al deze collecties t.b.v. datagedreven marketingdoeleinden eenvoudig samen te ontsluiten.
- ✓ **Data integratie:** voor integratie met andere klantdata en automation kunnen bronnen op meerdere manieren ontsloten worden. De juiste koppeling en het flexibel kunnen modelleren en bewerken van klantdata zijn voor marketing de belangrijkste criteria.
- ✓ **Data intelligentie:** hoe beter je kunt segmenteren, combineren en transformeren tot 1-op-1 communicatie met goed getimed, gepersonaliseerde content, hoe hoger ROI en efficiency.
- ✓ **Data activatie:** real-time, in meerdere kanalen communiceren en personaliseren is de proof-of-the-pudding. Beperkte tools, tussenschakels, én andere (interne) belangen vertroebelen dit resultaat.

**NB:** De laatste 2 zijn bepalend voor de eerste 2. Veel organisaties handelen andersom, met als gevolg frustratie en geen optimale klantcommunicatie.

## Marketing Technologie

# Wat kun je ermee? Wat levert het marketing op?

- ✓ **Bestel/ Klant geschiedenis** – de complete bestelgeschiedenis zorgt voor goed gesegmenteerde retentie-, cross en upsell campagnes
- ✓ **Contact/ Touchpoint geschiedenis** – gebruik alle signalen, ook uit klantenservice, de shop, gedrag op de website en in e-mails
- ✓ **Lead management** – herken, nurture en activeer potentiële klanten op het juiste moment, op basis van getoonde interesse
- ✓ **Data Mapping** – maak databronnen beschikbaar door rechtstreeks te connecteren, zonder gegevens te hoeven importeren
- ✓ **Single Customer View** – creëer een centraal klantbeeld door alle data samen te brengen in golden records
- ✓ **Segmentatie** – selecteer relaties zonder technische kennis, combineer klantgegevens uit alle beschikbare bronnen
- ✓ **Data Transformatie** – bewerk data voor dynamisch berekende –soms tijdelijke- use case segmenten, en pas deze zelf weer aan
- ✓ **Klantwaardeberekening** – investeer in de juiste klanten met dynamische klantwaardeberekeningen (CLV)
- ✓ **Omnichannel activatie** – orkestreer vanuit één platform doelgroepen en content voor ieder klantkanaal, en stem ze af op elkaar
- ✓ **Delivery** – lever uitingen zonder tussenschakels veilig, zeker en direct af aan klanten, ook in hoge volumes
- ✓ **Automation** – automatiseer de uitvoering van terugkerende campagnes op basis van schedules en triggers van buitenaf

## Marketing Technologie

# Wat kunnen platformen met klantdata?



In onderstaande tabel capaciteiten van verschillende platformen op het gebied van klantdata: Enterprise Resource Planning (ERP), Customer Relationship Management (CRM), Email Service Provider (ESP), Customer Data Platform (CDP), Marketing Automation (MA), en Ternair, een gecombineerd MA / CDP, ook wel CDxP.

Capaciteiten data-gedreven werken	ERP	CRM	ESP	CDP	MA	Ternair
<i>Data verzamelen</i>						
Orders, Transacties, Persoonlijke & Organisatie data	x					
Activiteiten & Deals		x				
Customer Service data	x	x				
Lead management		x		x	x	x
Opt-in, Preferences & Nieuwsbrieven			x	x	x	x
Websitegedrag (individueel)				x		x
Contactgeschiedenis			email		omnichannel	omnichannel
Campagne data			email		omnichannel	omnichannel
<i>Data integratie</i>						
Import databronnen			x	x	x	x
API's		x		x	x	x
Data Mapping: directe connectie zonder import						x
Single Customer View				x		x
<i>Data intelligentie</i>						
Data transformatie tbv marketing				x		x
Klantwaardeberekening (CLV)	x			x		x
Hypersegmentatie relaties				x	x	x
<i>Data activatie</i>						
E-mailmarketing			x		x	x
Omnichannel activatie					x	x
Delivery			single		x	x
Real-time activatie triggers van relaties			x		x	x
Real-time activatie API's						x
Website personalisatie				x		x

# Ternair vs MA

Marketing Automation platformen maken marketeers efficiënt in het genereren van leads en sales. Met een flowbuilder worden gericht klantsegmenten voor campagnes in meerdere kanalen opgezet. Content, landingspagina's en formulieren worden ingezet.

Ternair is een Marketing Automation platform aangevuld met de kracht van een CDP. Dit biedt gebruikers een flexibele data laag waarin data direct, zonder import real-time beschikbaar en bewerkbaar is voor (data)marketeers: dat geeft snelheid, flexibiliteit en vrijheid.



Capaciteiten data-gedreven werken	MA	Ternair
<i>Data verzamelen</i>		
Orders, Transacties, Persoonlijke & Organisatie data		
Activiteiten & Deals		
Customer Service data		
Lead management	x	x
Opt-in, Preferences & Nieuwsbrieven	x	x
Websitegedrag (individueel)		x
Contactgeschiedenis	omnichannel	omnichannel
Campagne data	omnichannel	omnichannel
<i>Data integratie</i>		
Import databronnen	x	x
API's	x	x
Data Mapping: directe connectie zonder import		x
Single Customer View		x
<i>Data intelligentie</i>		
Data transformatie tbv marketing		x
Klantwaardeberekening (CLV)		x
Hypersegmentatie relaties	x	x
<i>Data activatie</i>		
E-mailmarketing	x	x
Omnichannel activatie	x	x
Delivery	x	x
Real-time activatie triggers van relaties	x	x
Real-time activatie API's		x
Website personalisatie		x

# Ternair vs ESP

ESP's (Email Service Providers) zijn goed in het klantvriendelijk instellen, opstellen en afleveren van e-mails, meestal met een flowbuilder en automatisering. Data komt uit een externe bron of uit de eigen databases. Daar ligt ook de beperking. Vaak is slechts een deel van de klantgegevens beschikbaar, er is geen realtime koppeling en segmentatie op de data is beperkt. Bovendien moet er vaak gewacht en gecontroleerd worden. Als je werkt met meerdere merken, locaties of units is het bijhouden van de vele lijsten helemaal bewerkelijk.

Binnen Ternair hebben marketeers een volledig geïntegreerd ESP in het platform. Zij zetten dit in als onderdeel van hun complete uitrusting dynamische data, selectie en omnichannel automation mogelijkheden. Datagedreven werken is pas compleet als je Data, Intelligentie, Content én Delivery kunt combineren (4D model McKinsey).



Capaciteiten data-gedreven werken	ESP	Ternair
<i>Data verzamelen</i>		
Orders, Transacties, Persoonlijke & Organisatie data		
Activiteiten & Deals		
Customer Service data		
Lead management		x
Opt-in, Preferences & Nieuwsbrieven	x	x
Websitegedrag (individueel)		x
Contactgeschiedenis	email	omnichannel
Campagne data	email	omnichannel
<i>Data integratie</i>		
Import databronnen	x	x
API's		x
Data Mapping: directe connectie zonder import		x
Single Customer View		x
<i>Data intellegentie</i>		
Data transformatie tbv marketing		x
Klantwaardeberekening (CLV)		x
Hypersegmentatie relaties		x
<i>Data activatie</i>		
E-mailmarketing	x	x
Omnichannel activatie		x
Delivery	single	x
Real-time activatie triggers van relaties	x	x
Real-time activatie API's		x
Website personalisatie		x

# Ternair vs CRM

CRM-platformen (Customer Relationship Management) zijn gemaakt voor Sales. Voor het vastleggen en combineren van relationele interactieve verkoopdata van leads en klanten. Marketeers zijn juist op zoek naar nieuwe leads. Naar herkenning, verrijking en activatie. Op basis van alle data, van content, van dynamische segmenten, look-a-likes, website herkenning, clicks op e-mails en externe databronnen.

Ternair maakt alle gegevens uit CRM systemen beschikbaar voor marketeers. Zij combineren deze met andere prospectdata, modelleren, automatiseren en personaliseren Customer Journeys. Nieuwe en genurturede leads komen als Sales Qualified geautomatiseerd terug in de



Capaciteiten data-gedreven werken	CRM	Ternair
<i>Data verzamelen</i>		
Orders, Transacties, Persoonlijke & Organisatie data		
Activiteiten & Deals	x	
Customer Service data	x	
Lead management	x	x
Opt-in, Preferences & Nieuwsbrieven		x
Websitegedrag (individueel)		x
Contactgeschiedenis		omnichannel
Campagne data		omnichannel
<i>Data integratie</i>		
Import databronnen		x
API's	x	x
Data Mapping: directe connectie zonder import		x
Single Customer View		x
<i>Data intelligentie</i>		
Data transformatie tbv marketing		x
Klantwaardeberekening (CLV)		x
Hypersegmentatie relaties		x
<i>Data activatie</i>		
E-mailmarketing		x
Omnichannel activatie		x
Delivery		x
Real-time activatie triggers van relaties		x
Real-time activatie API's		x
Website personalisatie		x

# Ternair vs ERP

ERP-platformen (Enterprise Resource Planning) zijn vaak branche specifiek en leggen orders en klanten vast voor administratieve, logistieke en financiële beheerprocessen. Het toevoegen van marketing- en salescapaciteiten aan een ERP is beperkt vanwege beperkingen aan ontdebellen en opschonen. Het ERP bevat wel cruciale informatie voor een CRM, CDP en Marketing Automation.

Binnen Ternair hebben marketeers al hun orderdata, klanthistorie, productinformatie beschikbaar gecombineerd met een schat aan marketing- en salesdata. Met de flowbuilder wordt data gecombineerd en worden geautomatiseerde campagnes voor specifieke klantsegmenten verstuurd naar alle klantkanalen.



Capaciteiten data-gedreven werken	ERP	Ternair
<i>Data verzamelen</i>		
Orders, Transacties, Persoonlijke & Organisatie data	x	
Activiteiten & Deals		
Customer Service data	x	
Lead management		x
Opt-in, Preferences & Nieuwsbrieven		x
Websitegedrag (individueel)		x
Contactgeschiedenis		omnichannel
Campagne data		omnichannel
<i>Data integratie</i>		
Import databronnen		x
API's		x
Data Mapping: directe connectie zonder import		x
Single Customer View		x
<i>Data intelligentie</i>		
Data transformatie tbv marketing		x
Klantwaardeberekening (CLV)	x	x
Hypersegmentatie relaties		x
<i>Data activatie</i>		
E-mailmarketing		x
Omnichannel activatie		x
Delivery		x
Real-time activatie triggers van relaties		x
Real-time activatie API's		x
Website personalisatie		x



# Ternair vs CDP

De meeste CDP's (Customer Data Platformen) stoppen bij een centraal klantbeeld. Je data is in een model samengebracht en ontsloten en je moet nog investeren in activatie.

Ternair biedt zowel een CDP als activatie in Marketing Automation, een CxDP. De (data) marketeers kunnen zonder technische kennis zelf nog klantdata bewerken, combineren en transformeren. Tot aan verzending in meerdere kanalen. Een optie is ook om Ternair aan te sluiten op een bestaand CDP, Datalake of Datawarehouse.



Capaciteiten data-gedreven werken	CDP	Ternair
<i>Data verzamelen</i>		
Orders, Transacties, Persoonlijke & Organisatie data		
Activiteiten & Deals		
Customer Service data		
Lead management	x	x
Opt-in, Preferences & Nieuwsbrieven	x	x
Websitegedrag (individueel)	x	x
Contactgeschiedenis		omnichannel
Campagne data		omnichannel
<i>Data integratie</i>		
Import databronnen	x	x
API's	x	x
Data Mapping: directe connectie zonder import		x
Single Customer View	x	x
<i>Data intelligentie</i>		
Data transformatie tbv marketing	x	x
Klantwaardeberekening (CLV)	x	x
Hypersegmentatie relaties	x	x
<i>Data activatie</i>		
E-mailmarketing		x
Omnichannel activatie		x
Delivery		x
Real-time activatie triggers van relaties		x
Real-time activatie API's		x
Website personalisatie	x	x

Je volgende stap

# Wil je weten of Ternair bij je past? Hoe kunnen wij je datamarketing een boost geven?

- ✓ **Neem contact op voor een inventarisatie van je wensen**
- ✓ **Wij ontwikkelen een introductie-demo met eerste oplossingen**
- ✓ **Check onze klantreferenties voor een compleet beeld**
- ✓ **Door de modulaire opbouw kun je al binnen enkele weken aan de slag**
- ✓ **Je kunt klein starten, en meegroeien met je resultaat**



**Bel ons**

+31 (0)30 687 71 03



**Stuur een**

interesse@ternair.com



**Bezoek**

[ternair.com](https://ternair.com)