

MEDIACONTACTS:

Avanade:

Gijs Verhallen

SdeRidder@Golin.com

Golin namens Avanade:

Stephanie de Ridder

SdeRidder@Golin.com

Meerderheid bedrijven loopt omzet mis door inefficiënte marketingtechnologie

Ontoereikende marketingtechnologie en slechte samenwerking tussen CIO's en CMO's wordt gezien als belangrijk obstakel voor een goede klantervaring

Utrecht, 5 juni 2018 – Wereldwijd onderzoek onder 1.440 CIO's, CTO's, CMO's en andere senior beslissers, uitgevoerd door [Avanade](#), toonaangevende digitale innovator, en [Sitecore®](#), de wereldwijde marktleider in experience management software, toont aan dat 95% van de organisaties zegt dat hun klantervaring (CX) dringend aan verbetering toe is.

Uit het onderzoek, "*Connect your martech to connect with your customers*", blijkt dat meer dan 60% van de marketingrespondenten denkt dat zij aanzienlijke inkomsten en verkoopkansen mislopen vanwege de marketingtechnologie van hun organisatie (martech-stack).

[De belangrijkste bevindingen](#) uit het onderzoek zijn onder andere:

- **Martech is de basis van goede CX – mits goed gedaan.** De meeste bedrijven vinden het echter moeilijk om dit te bereiken. Tweederde van de respondenten is het erover eens dat hun organisaties niet erg volwassen zijn als het gaat om het begrijpen van de klantervaring, personalisatie en data-analyse.
- **Problemen met martech hebben impact op het hele bedrijf.** Zonder een geoptimaliseerde martech-stack hebben bedrijven moeite een consistente CX te leveren, waardoor ze inkomsten mislopen – een situatie die meer dan de helft van de marketingrespondenten rapporteren.
- **Bedrijven moeten hun martech-prioriteiten opnieuw bekijken, met behulp van AI en analytics om de basis te herbouwen.** Deze technologieën zijn essentieel om klantbehoeften te identificeren, klantervaringen te verbeteren en marketingtechnologie klaar te maken voor de toekomst. Maar de meerderheid van de respondenten moet de stap nog nemen om AI of analytics toe te passen.
- **Het herzien van team skills, training en werving kan bedrijven helpen om concurrerend te blijven.** Naast het inhuren van het beste talent moeten bedrijven zich richten op het werken met de beste partners om vaardigheden te vergroten en medewerkers te trainen voor samenwerking. Meer dan de helft van de marketingrespondenten geeft aan dat hun martech-stack niet gebruiksvriendelijk is. Een nog groter aantal IT-respondenten zegt dat marketingmedewerkers niet de benodigde martech-training krijgen.

PERSBERICHT

- **Bedrijven kunnen profiteren van de nieuwe rollen en de toenemende verantwoordelijkheden van de CMO, CIO en chief digital officer (CDO).** Gebrek aan samenwerking tussen deze belangrijke rollen is iets dat de meerderheid van de respondenten aangeeft als belemmerend voor het vermogen van hun bedrijf om goede klantervaringen te bieden. Het in balans brengen van technologie en marketingbehoefte wordt een zakelijke noodzaak voor bedrijven om contact te leggen met hun klanten.

"Geweldige klantervaringen kunnen 3x de ROI voor een bedrijf opleveren, maar bedrijven moeten hiervoor investeren in hun marketingtechnologie en deze optimaliseren," aldus Stella Goulet, chieft marketing officer van Avanade. "Verhoogde samenwerking tussen belangrijke IT- en marketingleiders is hier onderdeel van, maar het identificeren van vertrouwde partners is van cruciaal belang om sterke klantrelaties op te bouwen en om deze traditionele kostencentra te helpen zichzelf om te vormen tot de belangrijkste inkomstenbronnen."

"Wanneer er een versnipperde klantervaring is met een bedrijf is er sprake van een verloren concurrentievoordeel," zegt Anil Gupta, executive vice-president, programmabeheer, Sitecore. "IT en marketing moeten op één lijn liggen om deze uitdaging aan te gaan en gebruikmaken van de juiste technologie en een digitale strategie die prioriteit geeft aan een klantgerichte aanpak, inclusief persoonlijke ervaringen en een vertrouwde klantrelatie."

[Bekijk de executive summary en het volledige rapport.](#)

Over het internationale onderzoek

Avanade en Sitecore hebben Vanson Bourne de opdracht gegeven om diepgaand onderzoek uit te voeren onder 1.440 CIO's, CTO's, senior IT-beslissers, CMO's, marketingdirecteuren en senior marketing beslissers uit Australië, België, Canada, Denemarken, Duitsland, Italië, Japan, Nederland, Spanje, de VS, het Verenigd Koninkrijk en Zweden. De respondenten zijn werkzaam bij bedrijven met een jaaromzet van minimaal \$500 miljoen tot \$1 miljard en meer dan 250 werknemers. Van de totale groep komen 100 respondenten uit Nederland. Martech-stack werd gedefinieerd als een technologieplatform voor een of alle van de volgende gebieden: sociale media, reclame, klantenrelatiebeheer, content marketing en -beheer, activabeheer, automatisering van e-mail en marketing, zoekmachineoptimalisatie, gegevens- en ervaringsbeheer, samenwerkingstools analyse en kunstmatige intelligentie.

Over Avanade

Avanade levert innovatieve digitale oplossingen en clouddiensten, zakelijke en op gebruikerservaring gebaseerde oplossingen voor zijn klanten, aangedreven door de kracht van mensen en het Microsoft ecosysteem. De professionals brengen gedurfde, frisse ideeën in combinatie met hun kennis van de markt en hun technologische en zakelijke expertise om transformatie en groei te helpen realiseren voor onze klanten en hun klanten. Avanade bestaat uit 30.000 met elkaar verbonden mensen in 23 landen, die samen de beste oplossingen voor de klanten realiseren, vanuit een cultuur die gericht is op samenwerking, diversiteit en de gemeenschappen waarin we werkzaam zijn. Avanade is in 2000 opgericht door Accenture LLP en Microsoft Corporation met Accenture als grootste aandeelhouder. Lees meer op www.avanade.nl.

Over Sitecore

Sitecore is wereldwijd leider op het gebied van experience managementsoftware die content management, commerce en klantinzicht combineert. De Sitecore Experience Cloud™ stelt marketeers in staat om real-time gepersonaliseerde content te bieden via elk kanaal en contactmoment – voor, tijdens en na een verkoop. Meer dan 5.200 merken – waaronder American Express, Carnival Cruise Lines, Dow

PERSBERICHT

Chemical en L'Oréal – vertrouwen Sitecore om de gepersonaliseerde interacties te leveren die de doelgroep aanspreken, loyaliteit opbouwen en omzet verhogen. Lees meer op <http://www.sitecore.com>.

###