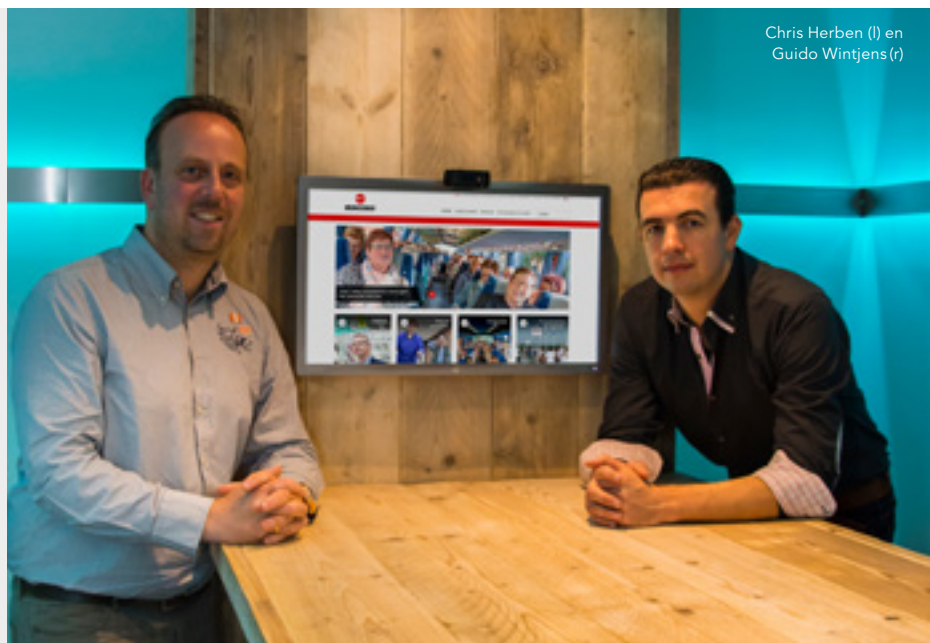


Sinds de oprichting in 2002 heeft Ivengi.com, met vestigingen in Maastricht, Venlo en Eindhoven al honderden projecten gerealiseerd voor diverse bedrijven en non-profit organisaties. Naast het visualiseren van (bedrijfs)data is een van de bekendste pijlers van het bedrijf maatwerk software oplossingen zoals online applicaties, websites, sociaal intranet, extranet, narrowcasting en (mobiele) apps. Het succes hiervan valt of staat bij de aansluiting op de verwachtingen die de doelgroep heeft!



'Het succes van online applicaties!'

Chris Herben, consultant bij Ivengi.com en verantwoordelijk voor het kantoor in Venlo: "Het mooie van online applicaties is dat alles meetbaar is. Hierdoor kunnen we precies zien of de doelgroep datgene doet wat we verwachten en mocht dit niet zo zijn, hier op sturen. Het draait immers om de resultaten die je als bedrijf haalt."

"Zo willen potentiële klanten informatie zien over de producten of diensten die een bedrijf aanbiedt en zoeken zij hierin bevestiging middels referenties of jouw bedrijf wel de juiste is om zaken mee te doen. Het moet dan zeer eenvoudig zijn om contact te leggen als ze de bevestiging hebben gevonden. Bestaande klanten willen snel contact kunnen opnemen, orders en servicetickets kunnen inzien en bovendien op de hoogte worden gehouden van nieuwe ontwikkelingen. Een potentiële werknemer is veel meer geïnteresseerd in de werksfeer, secundaire voorwaarden en ervaringen van medewerkers, terwijl de interne medewerker

op een laagdrempelige manier op de hoogte wil blijven van ontwikkelingen, contact wil leggen met collega's en vanuit één centrale plaats alles kan vinden om zijn dagelijkse werkzaamheden uit te kunnen voeren."

"Veel ondernemers weten wellicht wel wat de doelgroep verwacht, maar passen hier nauwelijks hun strategie op aan. Om de behoeften van de doelgroep(en) in kaart te brengen plannen we, indien gewenst, co-creatie sessies in, of schetsen wij persona's voor bepaalde doelgroepen waarbij gedrag en koopmotieven worden toegekend. Op deze wijze kunnen we een customer journey per doelgroep opstellen waarin duidelijk omschreven staat welke stappen een bezoeker doorloopt om eindelijk tot een conversie moment te komen", aldus directeur Guido Wintjens.

Een recent voorbeeld is de website van Munckhof. Waar zij vroeger gezien werden als het bedrijf waar je een auto, bus of taxi

kon bestellen, ontzorgen zij nu diverse doelgroepen met alles wat te maken heeft met mobiliteit. "Deze manier van communiceren vereist een volledig andere indeling van de nieuwe responsive website. In dit geval had Munckhof zelf de persona's uitgeschreven en wist men precies welke behoeften de diverse doelgroepen hadden. Zodra een bezoeker op de website komt, wordt er aangespoord om een keuze te maken voor zakelijk, zorg & overheid, onderwijs, of evenementen & recreatie. Per onderdeel worden vervolgens alleen de diensten, referenties, blogitems en nieuws getoond, welke op dat moment relevant zijn én waarbij de tone-of-voice is afgestemd op de persona zoals deze beschreven is. Uiteindelijk is het heel eenvoudig om contact te leggen met Munckhof", zo sluit Chris Herben af.

Meer omzet, minder kosten? Maak uw huidige data transparant en inzichtelijk. ■
www.ivengi.com