

# Klantcase

## CENTRALE MARKETINGDATABSE VOOR 360° KLANTBEELD

Integrated Systems Events (ISE) is de grootste vakbeurs ter wereld op het gebied van audiovisuele media en elektronische systeemintegratie. Het jaarlijkse, vierdaagse evenement in onder andere de RAI Amsterdam trekt ruim 70.000 professionals. Van beginjaar 2004 tot 2016 had iedere beurseditie zijn eigen database met bezoekersregistratie. ISE wilde professionaliseren en de communicatie over haar evenementen afstemmen op individuele klantkenmerken. Een 360° klantbeeld van de bezoekers - over de grenzen van meerdere beursedities heen - is daarvoor noodzakelijk.



“Dankzij de oplossingen van Ternair bereiken wij onze doelgroep op het juiste moment met gepersonaliseerde content.”

## Klantcase

“De implementatie van de Ternair oplossingen heeft ertoe geleid dat wij efficiënter en effectiever naar klanten en prospects kunnen communiceren over ons beursaanbod.”

### 360° klantbeeld

Het ontbreken van een compleet klantbeeld leidde tot een weinig gestroomlijnde communicatie en onnodige kosten. Klanten konden bijvoorbeeld geïnformeerd worden over beursdomeinen die hun interesse niet hadden. Door bewerkingen van gegevens uit verschillende databases en -systemen was ISE veel tijd kwijt aan marketingcampagnes voor de bezoekerswerving. In 2016 besloot de organisatie om de per beurseditie opgebouwde klantinformatie samen te voegen tot één 360° klantbeeld.

### Meer conversie en lagere kosten

In mei 2016 startte Ternair met de implementatie van haar oplossingen.

Met **Ternair Marketingdatabase** is een centrale marketingdatabase ingericht op basis van koppelingen met de ISE-systemen (N200 en Salesforce). Deze gegevens worden gestandaardiseerd, gematcht, ontdebeld en samengevoegd. Zo ontstaat een ‘golden record’ per klant.

**Ternair Interact** zorgt voor automatische administratie van aan- en afmeldingen voor de ISE-nieuwsbrieven, evenals het abonnementen- beheer en retourproces van de ISE-magazines.

**Ternair Campaign** maakt gepersonaliseerde marketingcampagnes mogelijk. Doelgroepen worden onder andere geselecteerd op basis van kenmerken én de respons op eerdere

uitingen. In campagnes kunnen e-mails worden opgemaakt en verzonden op basis van dynamisch template(s); binnen één opmaak kunnen alle onderdelen van de nieuwsbrief (afzender, onderwerp, content) worden gepersonaliseerd op basis van bijvoorbeeld de bezoekfrequentie en het interesseprofiel.

### Additionele businessmodellen

Na een implementatieperiode van tien weken is een centrale database opgebouwd met meer dan 160.000 professionals. Afgezien van hogere conversies en lagere kosten rondom haar eigen beurzen biedt deze database de mogelijkheid additionele businessmodellen op te zetten.

### Testimonial André Hooijer, Operations Director bij ISE:

“De implementatie van de Ternair oplossingen heeft ertoe geleid dat wij efficiënter en effectiever naar klanten en prospects kunnen communiceren over ons beursaanbod. Efficiënter, omdat het onszelf minder tijd en mankracht kost; effectiever, omdat de informatie die wij nu verspreiden is gebaseerd op geïntegreerde, actuele klantkennis. Dat uit zich in hogere conversies op onze marketingcommunicatie.”