



**Verbeterde
klantbeleving met
geoptimaliseerde TCO**

valantic



Erik Kuijpers

Senior Account Strategist

✉ erik.kuijpers@valantic.nl

☎ +31 6 14322894

valantic



Sten Verveen

Head of Strategy & Business
Development

✉ sten.verveen@valantic.nl

☎ +31 655120301

Agenda

1. De balans tussen CX & TCO;
2. Use Cases uit de praktijk van Swiss Sense, by-bar & Malelions;
3. Conclusie & Key Takeaways;
4. Q&A;

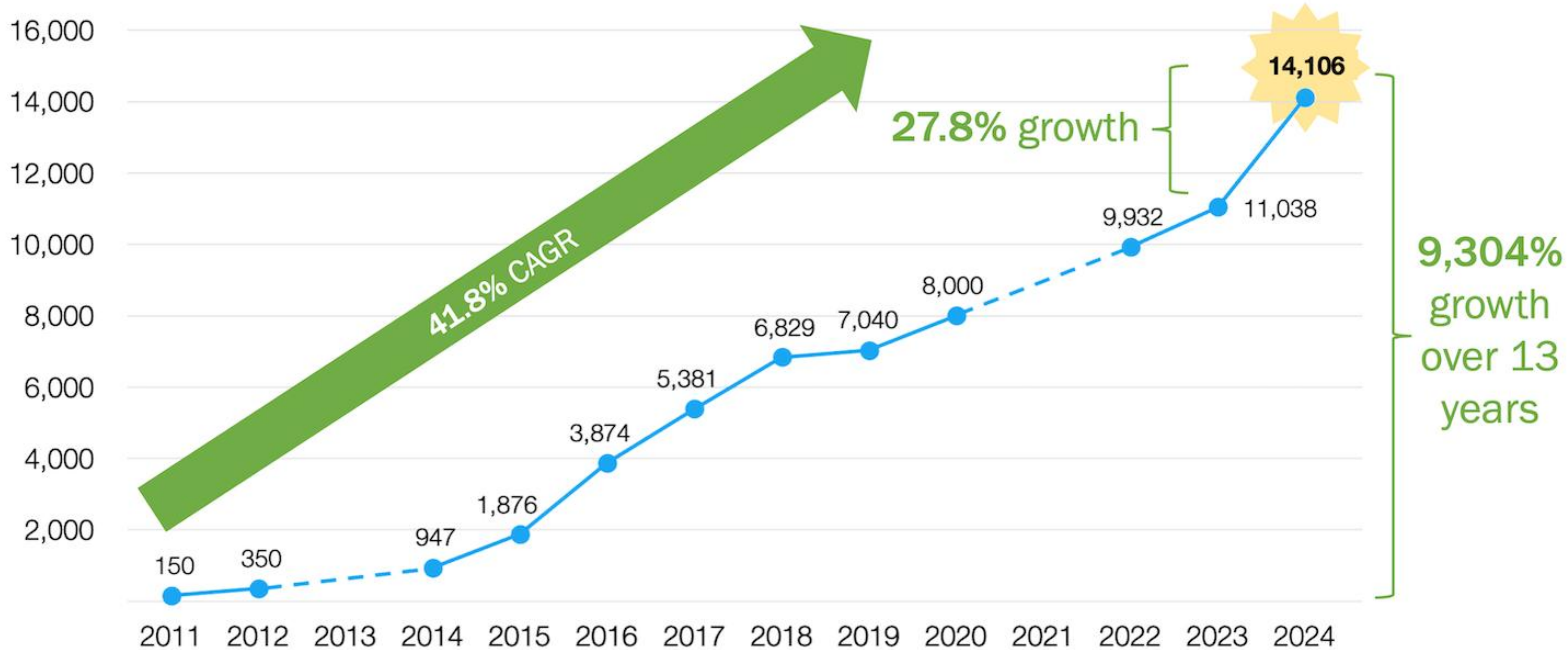
1. De balans tussen CX & TCO



Onderzoeksvraag

**“Hoe kunnen retailers hun
klantbeleving optimaliseren en
strategisch investeren in
groeikansen, terwijl ze de TCO
(totale eigendomskosten)
verbeteren?”**



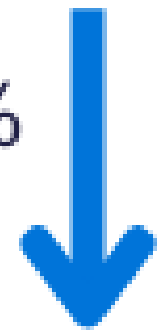


100%

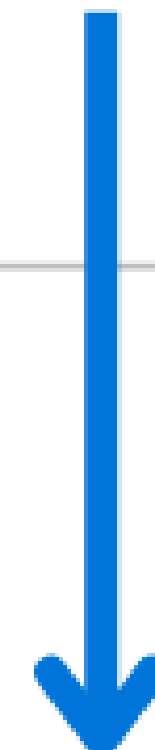


ANACONDA

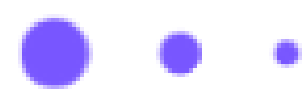
66%

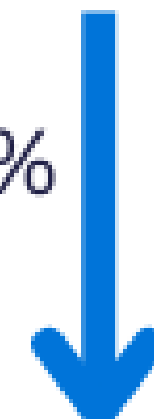


 **monday.com**

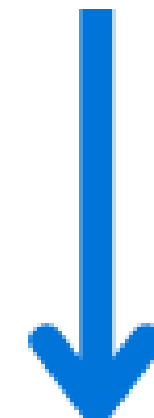


25%

 **mixpanel**

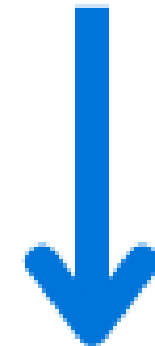


20%



11%

WIX



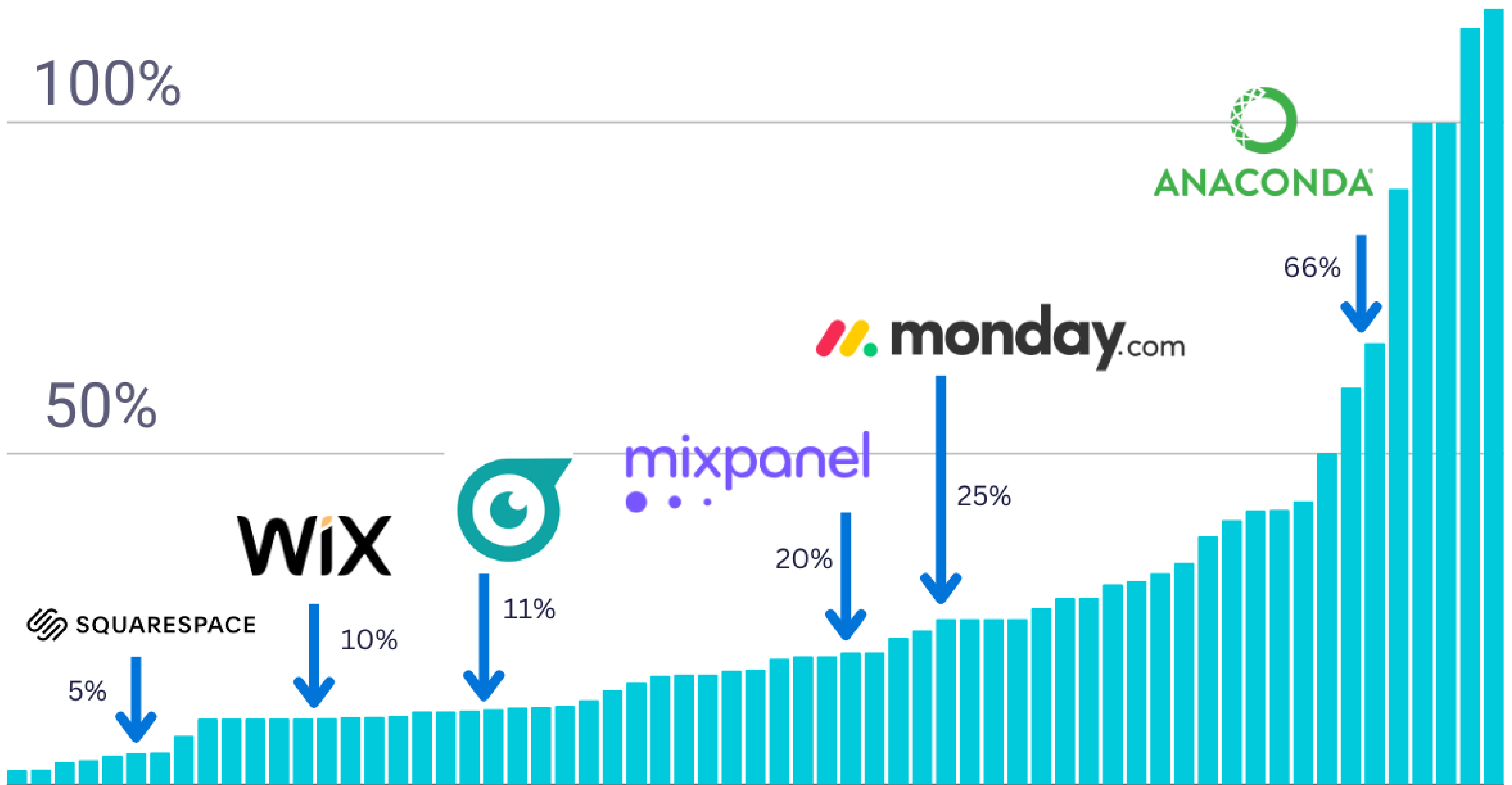
10%

 **SQUARESPACE**



5%

 **shopify**





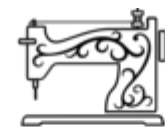


Wat hebben deze merken gemeen?



Shoes & more!

ESPRIT



SCOTCH & SODA
AMSTERDAM COUTURE





**“Voortgang en
dynamiek zijn het
antwoord op de
vraag waarom
bedrijven moeten
blijven veranderen.”**

Wat hebben deze merken gemeen?



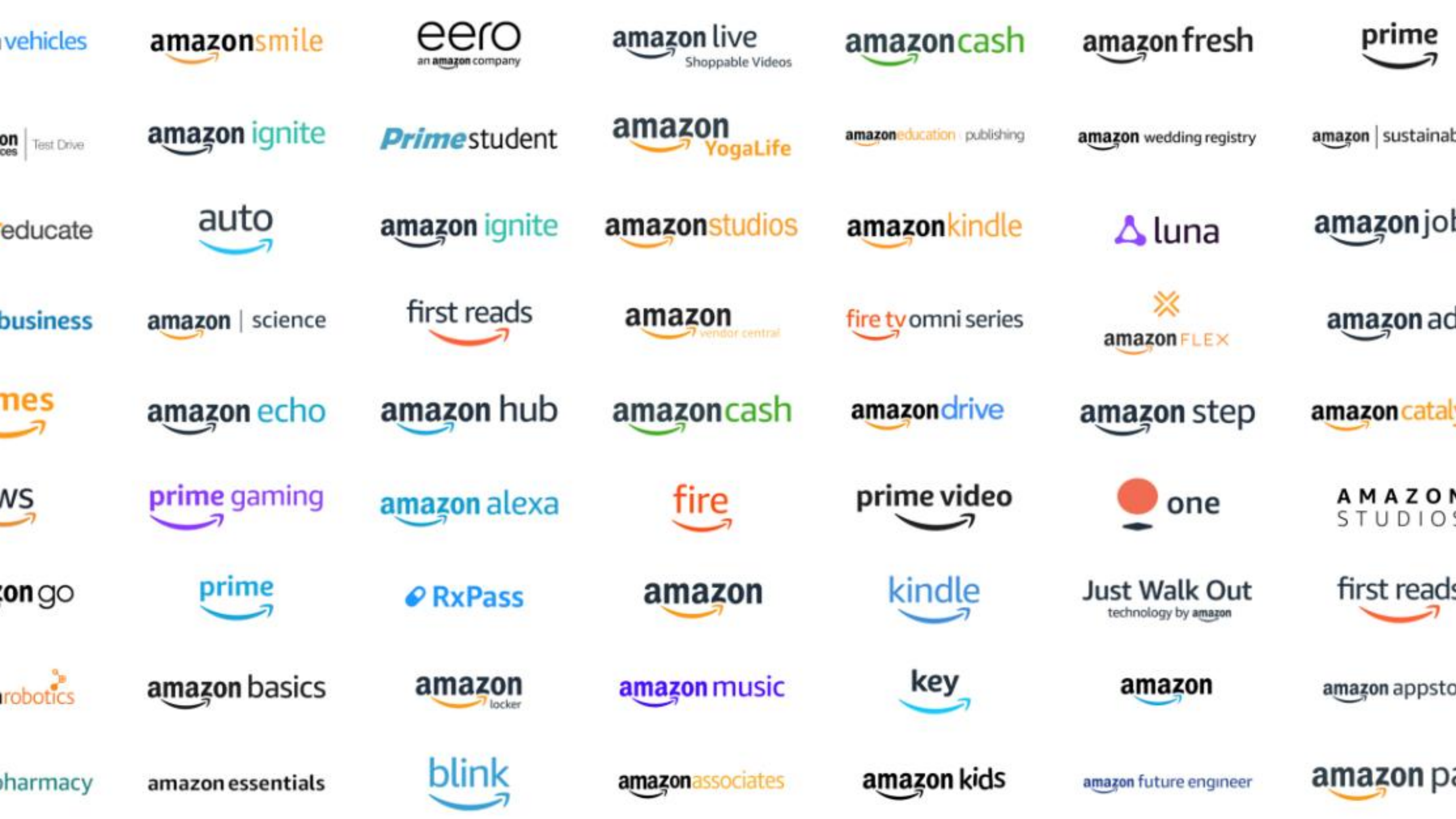
ICI PARIS XL





Onvoorwaardelijke liefde voor de consument!

- Duidelijke differentiatie t.o.v. de concurrentie;
- Creativiteit, vrijheid voor innovatie;
- Beheersbare technologie



on

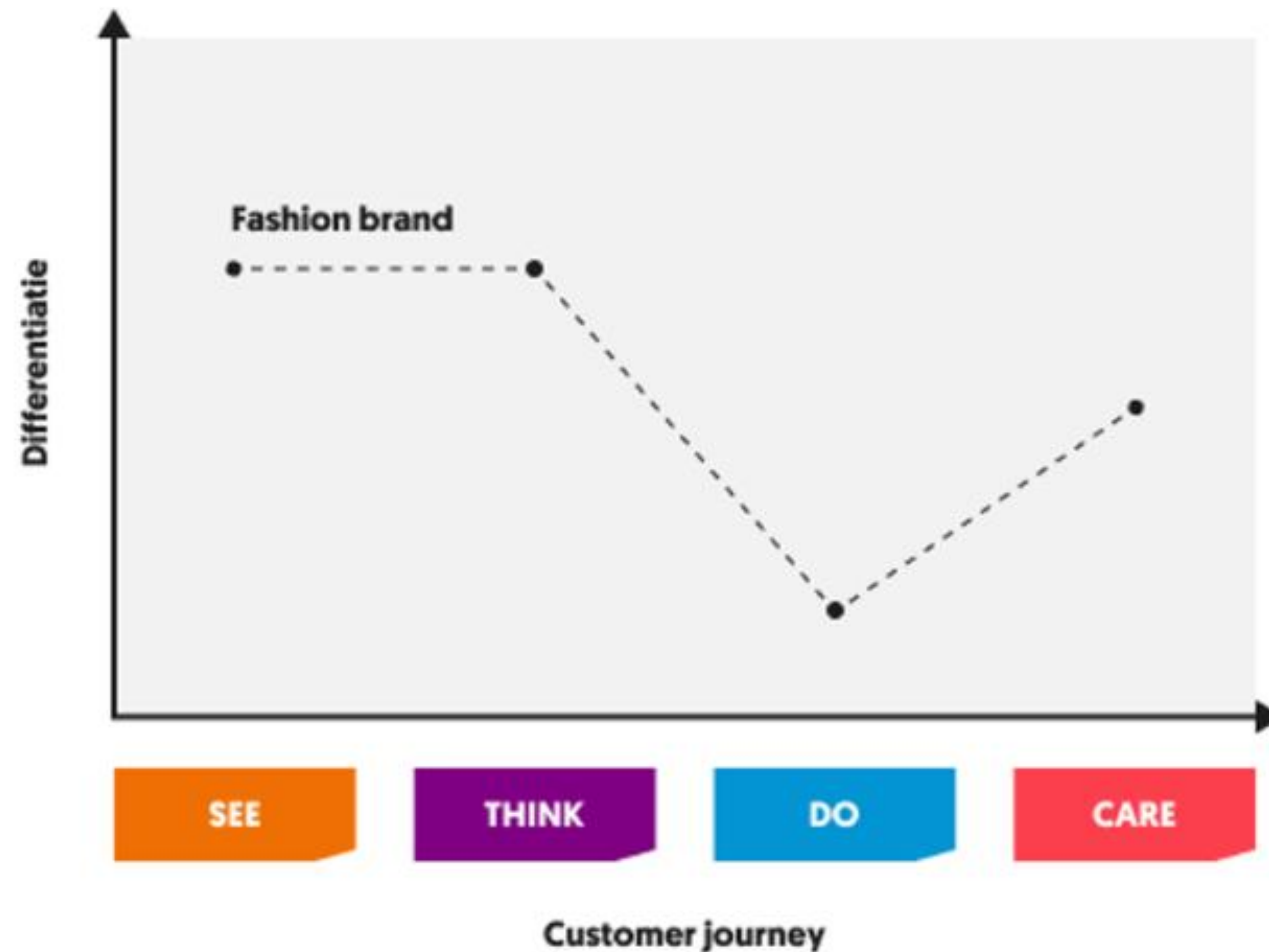
A portrait of Jeff Bezos, founder of Amazon, is positioned on the left side of the image. He is wearing a dark blue suit jacket over a light blue button-down shirt. The background behind him is a dark blue grid with faint white dollar signs and a white line graph showing an upward trend. To the right of his portrait is a large blue hexagonal shape containing white text.

“If you're competitor-focused, you'll have to wait until there is a competitor doing something. Being customer-focused allows you to be more pioneering.”

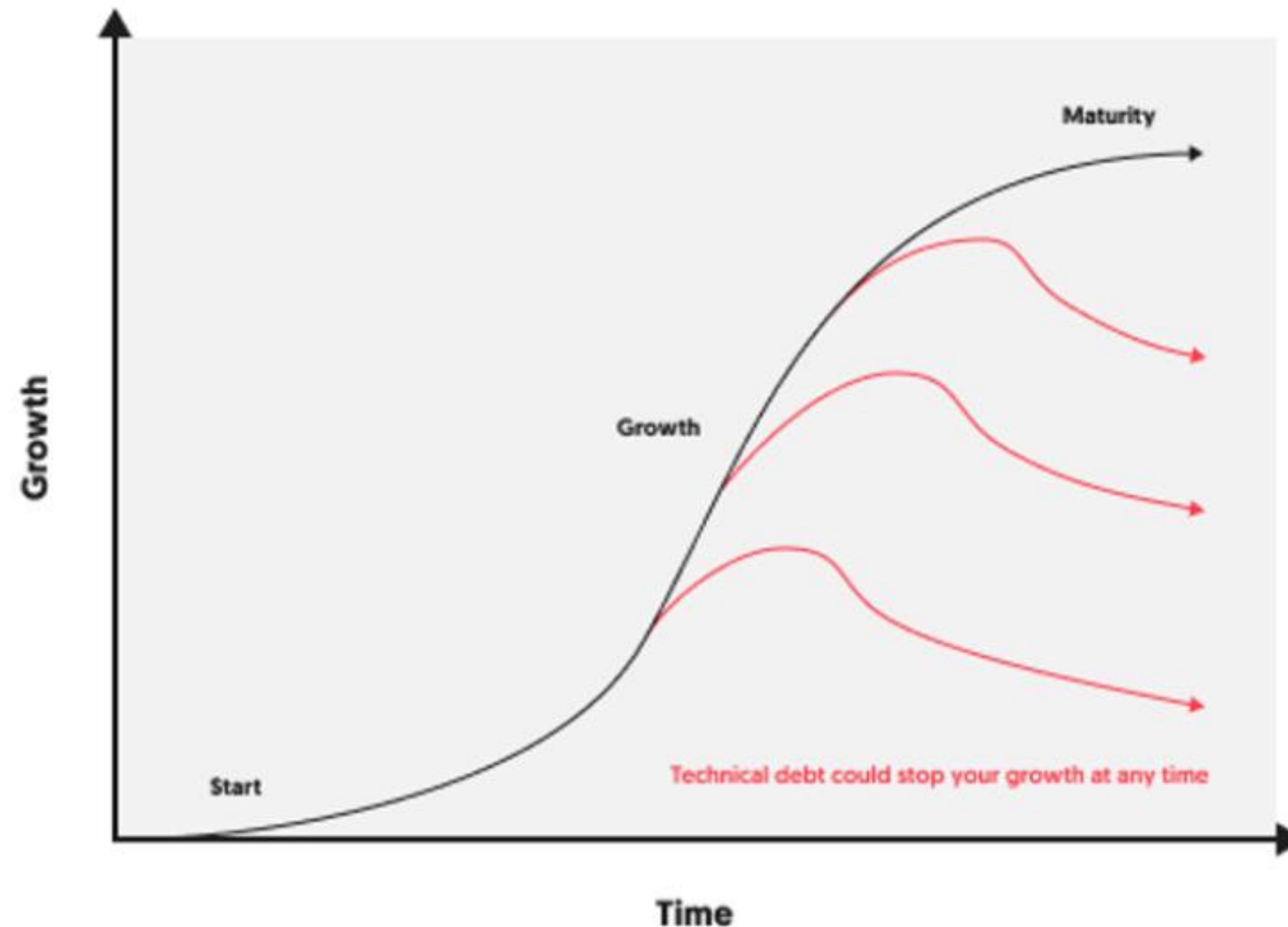
Differentiatie & klant focus geeft richting om te investeren in CX



Waar in de journey differentiëren wij onszelf in de markt?



In welke fase maak je de keuze om te investeren?



Customer Management Architecture

POS, Web, Social, App, LLM,
Chat...

Klantervaringslaag

CMS, CDP, E-commerce,
ESP, CSP...

Marketing & E-commerce platformen

Microsoft, AWS, Mulesoft,
valantic Connect...

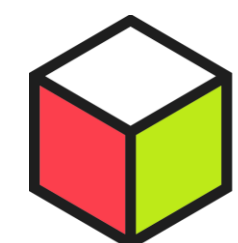
Omnichannel integratielaag

Datawarehouse, Data Lakes,
Data Warehouses...

Single Source of Truth

ERP, CRM, WMS...

Back-office platformen



2. Use Cases uit de praktijk



Stefan Schuyleman

Manager Digital Commerce

✉ stefan@schuyleman.nl

☎ +31622915656

Uitdaging:

Betere slaap bieden aan meer mensen

Flexibeler journey “unknown to fan” uitrollen en verbeteren met beheersbaardere kosten.
SalesForce MC te complex (opgezet) en daardoor te duur en inflexibel.

NSE[®]

Oplossing: migratie naar Insider in 3... maanden

- CDP ingebouwd
 - veel extra functies out of the box, geen ontwikkeling
- Was al in huis voor experimenten en personalisatie
 - veel minder training nodig
- Standaard over custom
 - keuze gemaakt om te beperken en daarmee te schalen. Alle journeys moesten over met keuzes voor standaard functies.



En nu?

- **Snellere uitrol van nieuwe journeys = \$**
- **Betere targeting mogelijk ook via Ads o.b.v. CDP data**
- **Minder development kosten**
- **Besparing op Saas t.o.v. Salesforce**
- **Totale TCO lager**

***“Retailing is minder custom,
veel is al bedacht. Goed gebruik
is beter dan perfecte
ontwikkeling.”***

Done is better than perfect



by-bar
amsterdam



Monique Laheij

E-commerce & marketing manager

✉ monique@by-bar.nl

☎ +31(0)76-3030900

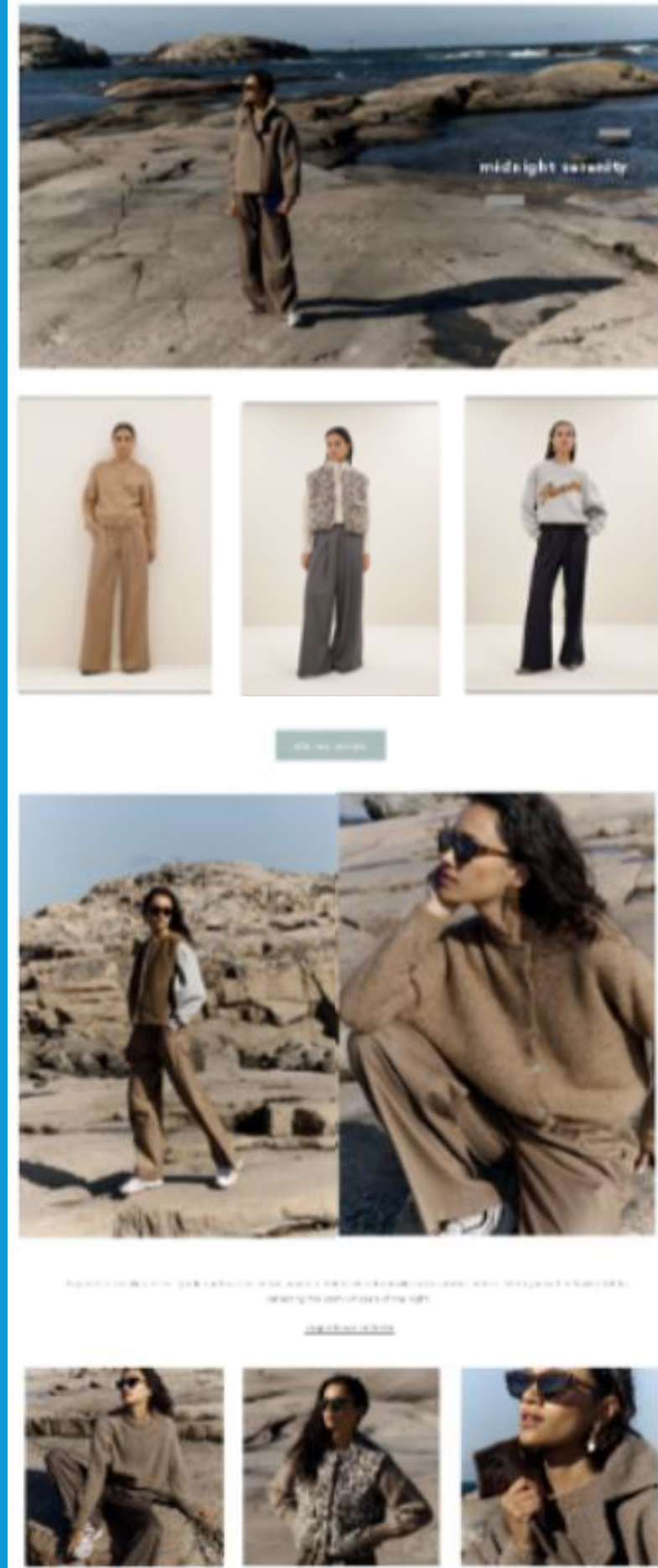
Uitdaging:

Groeien met minder complexiteit en beheersbare kosten



***We want to do what we love doing best:
create impact with beautiful
collections, brand stories and
campaigns***

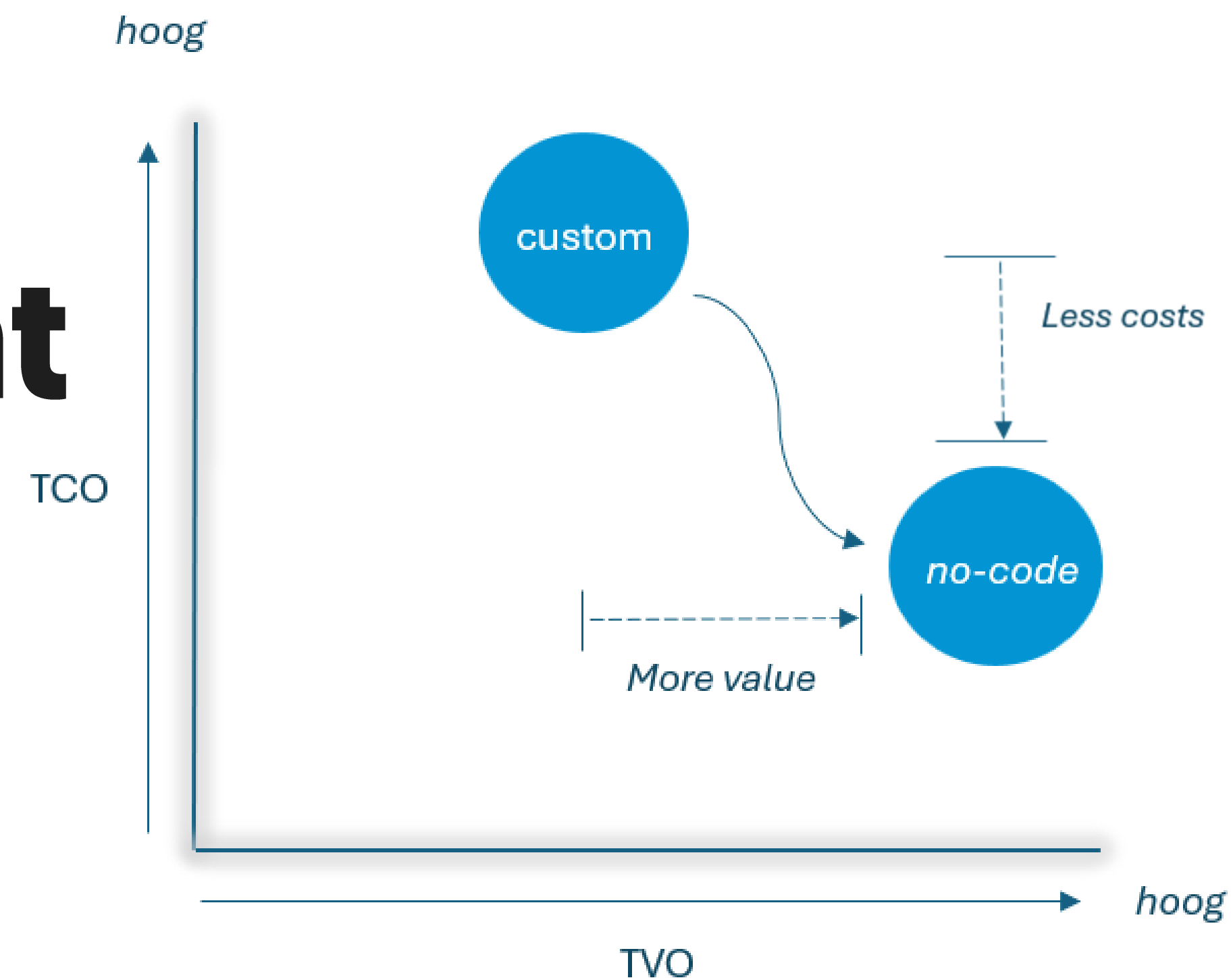
Oplossing: no-code aanpak



- Flexibel platform
→ makkelijk mee te schalen, ook bij internationalisering
- Minder afhankelijk van developers
→ lagere kosten en tijdswinst
- Minder maatwerk & altijd up-to-date
→ beperken onderhoud & risico, lift mee op innovaties



Resultaat



➤ **Herinvestering van TCO besparingen vergroot de impact op de momenten die voor by-bar het verschil maken.**

“Wij kiezen ervoor om te investeren in merkbeleving en campagnes, en in innovaties die écht waarde toevoegen voor de klant.”

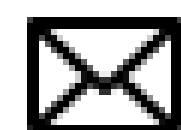
— Monique Laheij, by-bar



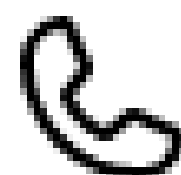


Jimmy van der Pas

Marketing Director



jimmy.vanderpas@malelions.com



+31651441757



thuiswinkel
.org

Uitdaging

- Twee (2) brands met compleet andere e-commerce aanpak – Inefficiëntie in operatie en TCO
- -----
 - Lightspeed / Shopify
 - Instabiliteit van stores
 - Spaghetti van code
 - Verschillende agencies & teams

A man with dark hair, wearing a dark navy blue jacket over a grey turtleneck sweater and dark trousers, stands in a modern, dimly lit interior. He is leaning against a dark wooden pillar. The background shows a contemporary living room with a sofa and a large window.

Oplossing

- Malelions > Shopify
Doorontwikkeld thema & vernieuwde stack als test
- Basis voor merk 2 (live), 3 (en 4)



Resultaat

- Efficiëntie / Specialisme in de breedte voor LFG
 - 3 / 4 shops – 1 investering
 - Resultaat Croyez (TCO = 0%)
- > Eenmalige migratie investering

NMV	Marketing spend	ROAS	CVR
+53%	-2%	+65%	+52%

3. Conclusie & Key Takeaways

A man and a woman are in a workshop, looking at a tablet together. The woman is holding a pen and the man is pointing at the screen. They are both smiling. The workshop has a wooden table with various tools and materials on it.

Conclusie & key takeaways

1. Investeer gericht in CX waar het rendement oplevert
2. Optimaliseer TCO om ruimte te creëren voor groei
3. Maak keuzes: focus loont meer dan alles doen

**Scan de QR &
download de
bluepaper**





valantic

4. Q&A