

Vakmedianet wint DDMA Customer Data Award

10-11-2016 12:06

Vakmedianet heeft de DDMA Customer Data Award 2016 in de wacht gesleept. De jury verkoos Vakmedianet, uitgeverij van ruim dertig vakbladen op het gebied van HR, finance en zorg, boven de andere genomineerden Marlies Dekkers, Centraal Beheer Achmea en Essent.

De Customer Data Award wordt jaarlijks uitgereikt door DDMA, de brancheorganisatie voor data driven marketing. De prestigieuze prijs is een waardering voor de organisatie die klantdata op operationeel, tactisch en strategisch niveau het meest succesvol weet in te zetten. De genomineerden zijn door een vakjury beoordeeld op verschillende criteria, waaronder rendement, verankering in de organisatie en de impact van het datagebruik op klanten.

Klant als uitgangspunt

De vier genomineerden vielen allemaal positief op door de manier waarop zij klantgegevens inzetten voor relevante, gepersonaliseerde communicatie over de kanalen heen. Ook lieten ze allemaal zien dat het professioneel toepassen van data in toenemende mate op bestuursagenda staat en steeds meer wordt verankerd binnen de organisatie. Winnaar Vakmedianet loopt in die ontwikkeling volgens de jury voorop.

Kees Groenewoud (Cmotions), juryvoorzitter van de Customer Data Award: "Vakmedianet is er in geslaagd een cultuur te creëren die de klant als uitgangspunt neemt. Als resultaat van een veranderproces dat in 2013 is ingezet, is binnen de uitgeverij een compleet nieuwe manier van werken ontstaan. De traditionele zendstrategie is verdwenen, tegenwoordig staan contentcreatie en distributie op basis van klantkennis en klantbehoefte centraal. De aanpak van Vakmedianet is echt een voorbeeld voor de hele sector en inspireert andere bedrijven om data op een doelgerichte manier in te zetten in de dialoog met klanten."

Maximale relevantie

Ceesjan de Vos, CMO van Vakmedianet: "Wij zijn als B2B-uitgeverij de afgelopen jaren compleet getransformeerd – van print naar online, van display naar content, van massa naar gepersonaliseerd en van outbound naar inbound. De achterliggende gedachte achter alles: maximale relevantie bieden aan zowel lezers als adverteerders, door inzichten uit data en content slim te combineren. Wij hebben die verandering bewust geleidelijk ingezet, met een goede balans tussen de impact op de organisatie, aandacht voor de klant en het veranderen van rollen en processen."

Diana Janssen, directeur van DDMA: "De Customer Data Award is elk jaar weer een perfect moment om de stand van zaken in de sector te peilen. We zien het niveau van de inzendingen elk jaar hoger worden. Je ziet aan alles dat de inzet van data zich tot een volwassen vakgebied ontwikkelt. Tegenwoordig wordt er in de hoogste lagen van organisaties over besloten. Dat is ongelooflijk belangrijk, zowel voor bedrijven als voor consumenten. Ik feliciteer Vakmedianet dan ook van harte met de overwinning."

Ceesjan de Vos is één van de 7 sprekers op inct.spiratie 2016, het congres over data-strategieën voor uitgevers

[Lees hier het interview met Ceesjan de Vos](#)

[Meer informatie](#) [Direct aanmelden](#)