'Ik verkoop geen banners, maar ik verander de wereld'

20-09-2017 13:21

Ik hoorde Eduard Nandelall voor het eerst op Radio1 bij BNN waar hij sprak over de online display campagne. die hij met zijn bedrijf voor de politieke partij Denk had opgezet. Dat interview inspireerde mij direct om hem te benaderen voor inct.spiratie.

Tot mijn prettige verbazing zei Nandelall direct 'ja' op de uitnodiging en tijdens ons eerste telefoongesprek bleek direct waarom hij voor uitgevers een meer dan waardevol verhaal blijkt te hebben. Hij gaf aan dat een online display campagne geen bakken vol met geld hoeft te kosten en dat zijn visie is dat je voor iedere euro die je wil verdienen je slecht een fractie hoeft te investeren. Als dat bij uitgevers niet als muziek in de oren zal klinken…

Ik ontmoet Nandelall in het WTC in Den Haag waar OptimusAd sinds kort kantoor houdt. Je zou Nandelall wellicht een beetje als 'nerd' kunnen kenschetsen: al vanaf zijn 7e jaar houdt hij zich bezig met computers en programmeren en waar anderen in zijn klas, zoals hij zelf zegt, zich bezighielden met sexblaadjes ging zijn interesse vooral uit naar 'het oneindige'. Nandelall heeft dan ook twee (professionele) liefdes: computers en het heelal.

Zijn eerste professionele schreden waren echter in een heel andere wereld: die van de cruises. Als cruise director kwam hij in aanraking met het fenomeen small data: "Het viel mij op dat op cruises de mensen met duurdere suites andere informatie over zaken als catering en entertainment kregen dan mensen met goedkopere suites". Na de cruise wereld kwam hij bij een online advertising bureau terecht waar hij zijn small data ervaringen en liefde voor de digitale wereld kon gaan combineren. "Het viel mij echter op hoe grofmazig er werd getarget, ik dacht dan kan beter, dus ben ik mijn eigen bureau begonnen: OptimusAd."

Inmiddels bestaat OptimusAd 5 jaar als bureau dat gespecialiseerd is in Big Data, waarbij zij hun eigen systemen, platformen en unieke algoritmes hebben waarmee zij online een doelgroep targeten. Wij helpen klanten hun doelen te bereiken, gestoeld op data. Daarnaast bouwen wij voor onze klanten data op." Als ik tijdens het gesprek blijf spreken over social media campagnes, verbetert Nandelall mij lachend: "Ik spreek liever van online display campagnes, social media campagnes zijn zo 2014"

"Ik verkoop geen banners, maar ik verander de wereld", zegt Nandelall. "Daar komen de rode draden in mijn leven bij elkaar: computers en het universum. Big data en digitalisering is een oneindige wereld op zich. In 2016 hebben we met zijn allen meer data verzameld dan in onze hele geschiedenis daarvoor".
Nandelall zal op inct.spiratie de bezoekers meenemen in de wereld van data en social media. Zoals hij zelf zegt: "geen verkooppraatje, maar een kijkje in de wereld die er nu al is". Nandelall zal laten zien hoe data uit Facebook en Whatsapp gehaald kunnen worden en het koppelen van data kan leiden tot goede voorspellingen en uiteindelijk tot conversie. Op basis van alle dataprofielen kiest Nandelall in samenspraak met klant de doelgroep.

Om de circel rond te maken, zal Nandelall op inct.spiratie aan de hand van Denk laten zien hoe een goede online display campagne gebaseerd op big data direct resultaat zal opleveren. Een tipje van de sluier: bij die campagne werd onder meer TV-kijkgedrag gekoppeld aan banner op mobiele telefoon. Als u benieuwd bent naar wat er allemaal kan in de relatie data en social media, dan mag u Eduard Nandelall op inct.spiratie niet missen!

Meer informatie en aanmelden:

inct.spiratie vindt plaats op 22 november 2017 in het WTC in Rotterdam.
Naast Eduard Nandelall zijn er nog vijf sprekers die u over de thema's ***Data strategieën (bij social media)*** en ***Customer Journey*** zullen bijpraten.

Meer informatie

Direct Aanmelden