

Discussietool

Customer Data platform (CDP)

Gebruik deze tool als leidraad binnen de organisatie voor een gesprek over de inzet van een Customer Data Platform. Het stelt je in staat om gezamenlijk de juiste afwegingen te maken.

Samen doorloop je 4 discussiepunten:

1. Wat is het doel; welk probleem help je oplossen?
2. Wat zijn de keerzijdes; heb je hier rekening mee gehouden?
3. Wat zijn de alternatieven; behaal je hiermee ook het doel?
4. Wat zijn de randvoorwaarden; kun je deze organiseren?

Het doel

➤ Discussiepunt

Als organisatie begin je met het bepalen van een doel voor de inzet van een Customer Data Platform.

Bespreek samen welke waarden het CDP voor de bond en de sporter kan leveren en welke problemen het helpt oplossen.

Praat hierover met meerdere afdelingen binnen de organisatie om de verschillende perspectieven te betrekken in het gesprek. Kijk daarnaast ook goed naar de organisatiedoelen en of de gewenste waarde van een CDP passend is en daaraan bijdraagt. Help je echt een probleem oplossen of streef je met een CDP misschien (onbewust) andere verlangens na?

➤ Benoemd door andere bonden

Waarde voor de bond	Waarde voor de sporter
Profielen opbouwen van sporters, waardoor meer kennis over de sporter wordt vergaard.	Sporters ontvangen betere dienstverlening
Dynamische website om gericht en persoonlijker te communiceren en te benaderen	De sporter krijgt content en informatie te zien die beter aansluit bij haar wensen. Betere contextueel relevante services, producten en dienstverlening
Centrale database, met alle data in één systeem. Dit geeft een uniform en compleet klantbeeld	Sporters ontvangen voor hen relevante content en geen massa spam
Het identificeren van niet-leden en die kunnen categoriseren in potentiële doelgroepen voor verschillende producten	Sporters kunnen gericht voordelen krijgen via partners
Betere dienstverlening kunnen leveren Binding met leden, door gerichtere en meer persoonlijke communicatie	Sporters maken kennis met producten waarvan ze nog niet wisten dat ze deze nodig hadden
Commerciële voordelen bieden van partners	
Inzichten in publieksstromen, waaronder ticketverkoop bij evenementen.	

› Discussiepunt

Het benutten van de waarde van een Customer Data Platform kent ook mogelijke keerzijdes.

Bespreek samen welke keerzijdes het CDP zou kunnen hebben voor de bond.

Het is verstandig om deze keerzijdes vooraf te herkennen. Benoem de belemmeringen die effectieve realisatie van het CDP in de weg staan. Hou ook rekening met mogelijke uitkomsten van een CDP die botsen met de waarden van de organisatie. Om de keerzijdes te minimaliseren kun je bepaalde maatregelen nemen. Ook kun je ervoor kiezen om een ander middel in te zetten, zodat de waarde die een CDP creëert op een alternatieve manier wordt behaald.

› Benoemd door andere bonden

Keerzijde

De kosten zijn hoog en vooraf lastig te berekenen. Het is afhankelijk is van meerdere technische aspecten die vooraf niet altijd te overzien zijn. Daardoor kunnen de kosten onverwachts toenemen.

De return on investment is moeilijk inzichtelijk te maken, doordat de koppeling tussen investering en resultaat lastig te maken is

Werknemers met voldoende digitale kennis zijn op dit moment lastig te vinden

Juridische regelgeving en technologie is continu in verandering

Er is de verleiding om steeds verder te gaan in de dataverzameling van sporters, waarbij het belang van de leden uit het oog kan worden verloren

› Discussiepunt

Een Customer Data Platform is één tool die je kan helpen om een bepaalde waarde te benutten, maar kan dat ook op een andere manier?

Bespreek samen welke alternatieven mogelijk zijn voor het realiseren van de eerder opgestelde doelen en de problemen die een CDP helpt oplossen.

Vraag je kritisch af in hoeverre deze alternatieven ook kunnen werken en wenselijk zijn. Welke functies van een CDP kunnen er niet anders worden georganiseerd, is het erg dat je deze mist? Wat gaat er voor je bond echt mis als je deze functies van een CDP niet kunt vervangen?

› Benoemd door andere bonden

Alternatieven

Een CRM systeem beter gebruiken en inrichten:

- Koppelen aan marketing en communicatietools
- Koppelen aan het mailsysteem

De sporters of leden laten inloggen, waardoor het tracken van de sporter op die manier ook mogelijk wordt

Het hebben van eigen ontwikkelaars binnen de organisatie en een platform op maat

Geen alternatief voor beschikbaar

Informatie verzamelen van niet-leden en potentiële doelgroepen

Het tracken van webgedrag en daarmee profielen opstellen, waar andere tools nu niet op zijn ingericht

Alternatieven

➤ Discussiepunt

Om de waarde van een Customer Data Platform te kunnen benutten moet je een aantal randvoorwaarden georganiseerd hebben.

Bespreek samen wat voor de bond nodig is om te organiseren en kunnen voordat je een CDP kan inzetten.

Check alvast de lijst met randvoorwaarden en de bijbehorende categorieën. Dit helpt je op weg om er zeker van te zijn dat een CDP van meerwaarde is voor de organisatie. Wanneer je niet aan alle randvoorwaarden kunt voldoen, is het verstandig om dit vooraf te verbeteren of om te kiezen voor een alternatieve aanpak waarmee vergelijkbare doelen worden behaald.

➤ Benoemd door andere bonden

Randvoorwaarden

Doelstellingen	• Een duidelijke doelstelling rondom de inzet van een CDP, die past binnen de datastrategie van de organisatie • Het bewustzijn dat CDP zelf geen doel is maar een middel
Data	• Verzamel alleen de data die voor de doelstelling nodig is, en handel op basis van de AVG en regelgeving (bv. door de inzet van een juridisch afdeling) • Kennen en implementeren van de grenzen (bv. of je ledendata mag combineren met data die online verzameld wordt)
Technologie	• Intern voldoende kennis om connecties te maken tussen de andere systemen • In staat om snel op technologische ontwikkelingen in te spelen. (bv. door een aparte afdeling hiervoor binnen de bond in te richten)
Organisatie	• Intern voldoende mankracht en expertise om gebruik te maken van de waarde die een CDP oplevert (bv. voldoende marketingkracht voor dynamische content) • Intern voldoende begrip en kennis, zodat je je niet laat leiden door externen
Talent	• Veel verschillende specialistische werknemers, of één breed geschoolde werknemer, om gebruik te kunnen maken van de vele opties van een CDP
Leiderschap	• Een management/directie met voldoende kennis van digitale tools om regie te kunnen voeren richten externe partijen • Eén coördinator voor de datastrategie