

NEW SKOOL MEDIA LEGT MET CTAC BASIS VOOR PREDICTIVE ANALYTICS IN POWERAPPS

De magazines van uitgeverij New Skool Media behoren tot de bekendste van het land. Merken als EW, delicious., Formule 1 magazine en Seasons zijn er zowel online als offline voor liefhebbers van de meest uiteenlopende onderwerpen. Ctac helpt New Skool Media om de merken nog succesvoller te maken met behulp van data en predictive analytics.



New Skool Media (NSM) is een van de grootste uitgeverijen van special interest publicaties in Nederland. NSM heeft magazines en mediaplatforms voor zeer diverse interessegebieden, van mode en wielrennen tot wetenschap en entertainment. Het overgrote deel van de omzet van NSM komt uit abonneegelden. Belangrijk dus dat het bedrijf precies weet hoeveel abonnees er in de toekomst bijkomen of afgaan en wat wervingscampagnes kosten en opleveren. Daarvoor is zuivere data onmisbaar.

Voorspelbaar, beheersbaar en haalbaar

“Data speelde altijd al een belangrijke rol in onze bedrijfsvoering”, vertelt Marc Bongers, Director of Marketing & Data Intelligence bij New Skool Media. “Maar we maakten gebruik van veel verschillende marketingtools en data was gefragmenteerd. Daarnaast

stond het datateam te veel op zichzelf; de afstand tot de businessmedewerkers die de data moeten gebruiken was te groot. Dat moest anders. We stelden onszelf tot doel dat al onze marketingactiviteiten voortaan voorspelbaar, beheersbaar en haalbaar moeten zijn.”

Om de effectiviteit van marketingactiviteiten en abonnee-aantallen beter te kunnen voorspellen, moest NSM eerst een goede basis leggen. Bongers: “We hebben het datateam uitgebreid en samengevoegd met het marketingteam om onze processen en systemen beter op elkaar aan te sluiten. Vervolgens onderzochten we hoe we onze interne processen efficiënter kunnen maken en kunnen automatiseren. Daar waren om te beginnen twee dingen voor nodig: het verbeteren van de data-input en kiezen welke tools we willen blijven gebruiken. Ons uitgangspunt daarbij was dat onze database centraal moet staan in de datastrategie.



Samen met onze data-analist Julian Vandenbussche, zochten we naar een platform dat ook volgens dat principe werkt. De keuze viel op Microsoft PowerApps. Daarom gingen we op zoek naar een partij die ons kon helpen om PowerApps goed neer te zetten in onze organisatie, die snel kon opschalen en die ons op middellange termijn kan begeleiden bij het inrichten van predictive analytics."

Stapsgewijs automatiseren

In het voorjaar van 2021 kwam New Skool Media in contact met Ctac. "Ctac heeft de PowerApps-expertise die we zochten en de slagkracht om snel door te pakken. Bovendien lieten ze tijdens de eerste sparringsessies zien onze langetermijndoelen op het gebied van predictive analytics goed te begrijpen. Ze maakten duidelijk welke tussenstappen er nodig zijn om voorspellend te werken. Die stappen hebben we vervolgens verder uitgewerkt in workshops waarin vooral aan de business werd gevraagd wat ze nodig hebben."

De campagnemanagement-app

De eerste grote ontwikkeling die voortvloeide uit de gezamenlijke workshops is de campagnemanagement-app.

"In de applicatie doen we voor-, tussen- en nacalculaties van onze campagnes", legt Bongers uit. "We checken of campagnes passen binnen het gestelde budget en in welke mate ze bijdragen aan de doelstellingen. De app moet daarnaast veelvoorkomende werkzaamheden automatiseren, zoals het aanmaken van tags om de herkomst van internetverkeer te achterhalen en het creëren van landingspagina's. Daarnaast zorgen we met de app dat invoerdata uniform, gestructureerd, compleet en kloppend is, zodat de analyses beter worden."

De analyses in de campagnemanagement-applicatie helpen NSM te beoordelen welke campagne-elementen goed en minder goed lopen. Bongers: "We willen ontdekken waar kwetsbaarheden zitten en diverse KPI's monitoren. We krijgen nu bijvoorbeeld automatisch gegenereerde rapporten. Marketeers hoeven die niet meer zelf op te stellen, dat scheelt ze veel tijd. Bovendien zijn alle rapporten nu op een eenduidige manier samengesteld waardoor resultaten beter vergelijkbaar zijn."

Framework voor de toekomst

Bongers is te spreken over de samenwerking met Ctac tijdens de ontwikkeling van de app en het overkoepelende predictive analytics-project. "We maken

telkens goede afspraken over wat Ctac voor ons doet, wat we samendoen en wat wij zelf voor onze rekening nemen”, vertelt Bongers. “Dat doen we bewust, omdat we zo ook zelf leren omgaan met PowerApps en onze expertise verbreden. Daarnaast hecht ik veel waarde aan deadlines en budgetten. Ik wil dat de vaart erin blijft en dat we efficiënt met onze tijd omgaan. Daar overleg ik dus regelmatig over met Ctac en ook dat gaat heel goed. Ik zie het echt als een partnership, we bouwen samen aan het framework voor onze toekomst.

“Natuurlijk zijn er altijd dingen die stroever gaan dan ik zou willen”, vult Bongers aan. “Zo moeten er veel databronnen samenkomen, ook van derde partijen. Dat gaat niet altijd even vlot en dat beïnvloedt het tijdsplad. Maar Ctac communiceert daar open over. Ze waarschuwen voor het risico op vertraging en gaan ook zelf achter de vertragende partijen aan om de data-uitwisseling te bespoedigen.”

Voorspellende modellen voor middeleninzet en aantallen abonnees

Nu de campagnemanagement-app bijna af is, is NSM klaar voor de volgende stap. “We gaan eerst onze campagnes slimmer maken”, legt Bongers uit. “Daarvoor moeten we naast data vergaren, ook machine learning toepassen. Met het model dat daaruit voortkomt, hopen we de optimale middeleninzet al voorafgaand aan een campagne te kunnen bepalen.”

Daarnaast ontwikkelen Ctac en NSM een voorspelmodel voor abonnee- en abonnementsaantallen. Bongers: “Met dat model willen we bijvoorbeeld voorspellen hoeveel abonnementen we over een jaar hebben afhankelijk van onze marketingacties. We brengen verschillende gegevens samen in het model. Denk aan onze customer lifetime value, het instroomkanaal, het verloop onder abonnees en de resterende looptijd van abonnementen. Met de informatie die we daaruit halen, kunnen we in de toekomst beter budgetteren, omzetrisico’s verminderen, onze doelgroepen beter bereiken en abonnees persoonlijkere service bieden. Daar gaan we de komende tijd hard aan werken met Ctac.”

“Ctac heeft de PowerApps-expertise die we zochten en de slagkracht om snel door te pakken”

