

Van retail tech platform naar mediapartner

Cees Polak

Bussum, 21 november 2019



A medium shot of two men in an office setting. The man on the left is wearing a light blue button-down shirt and is looking towards the right. The man on the right has grey hair and is wearing a dark shirt; he is looking at the same point as the first man and has his hand near his chin in a thoughtful or listening pose. In the background, there are window blinds. In the bottom left corner, there is a logo for '60 MINUTES' in white text on a dark background.

60
MINUTES



De kracht van data

1. Personalisatie
2. Voorspellen klantgedrag
3. Data als verdienmodel

Over bol.com

#1 E-commerce platform in Nederland & België

10M

Klanten

17M

Producten

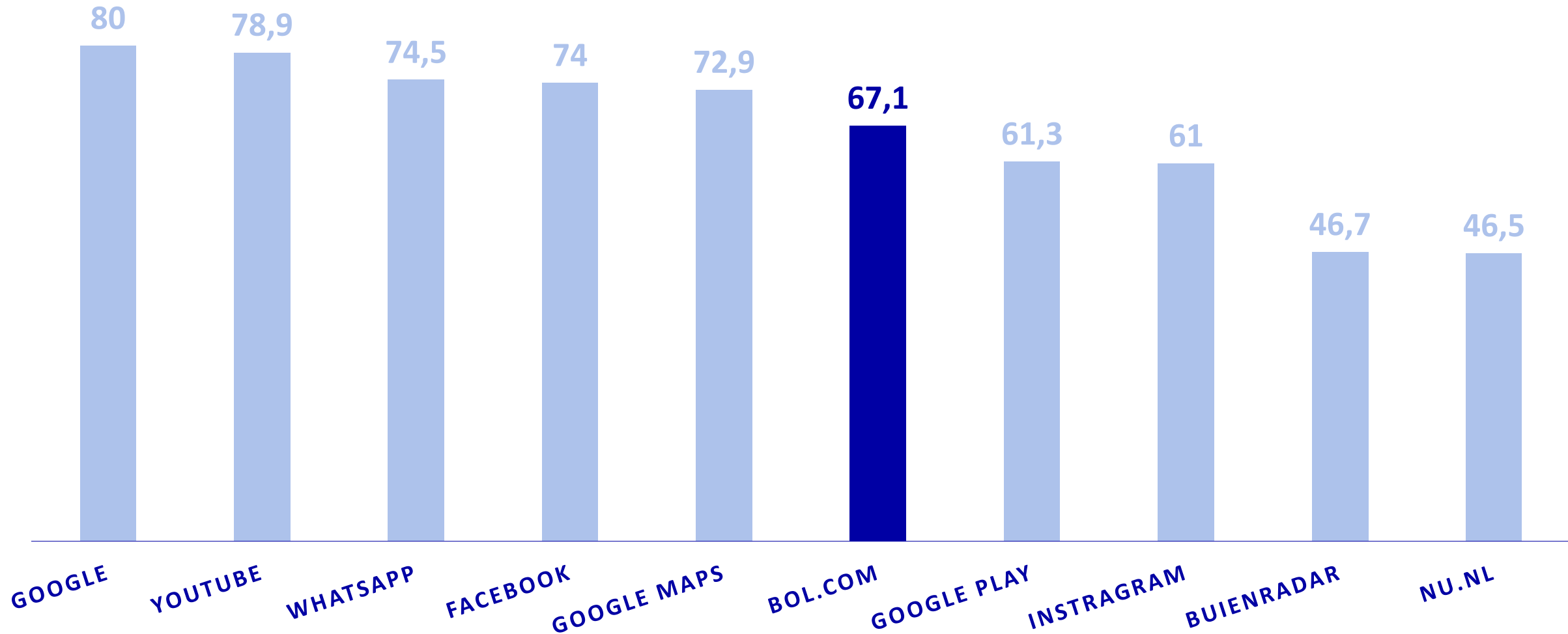
600M

Clicks



Online bereik in NL

Het grote bereik maakt bol.com ook interessant voor adverteerders



Aanleiding van het onderzoek

In kaart brengen van behoeftes van marketing- en mediamanagers leveranciers



**Sterke relatie
met leveranciers**

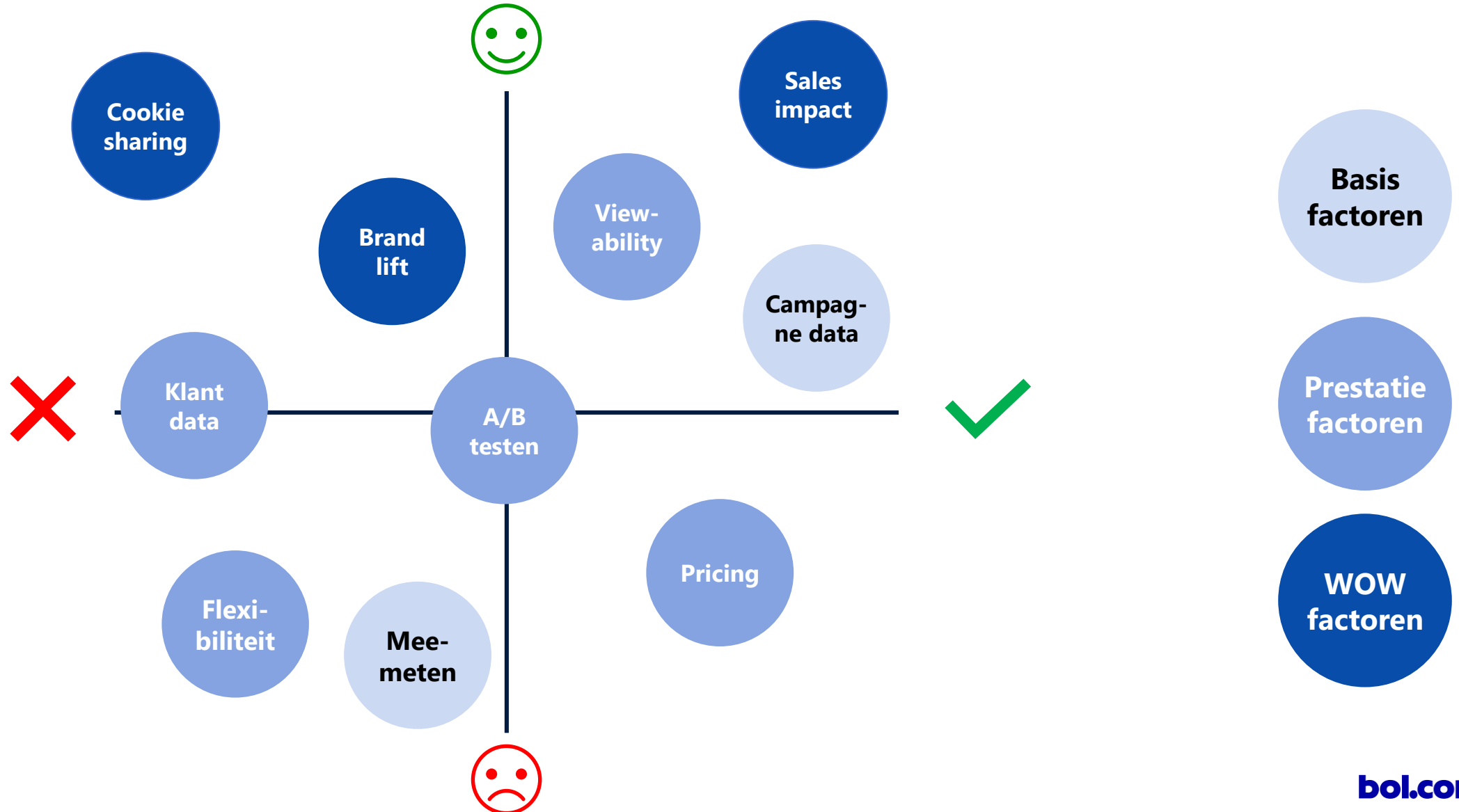


**Benutten van
unieke data**



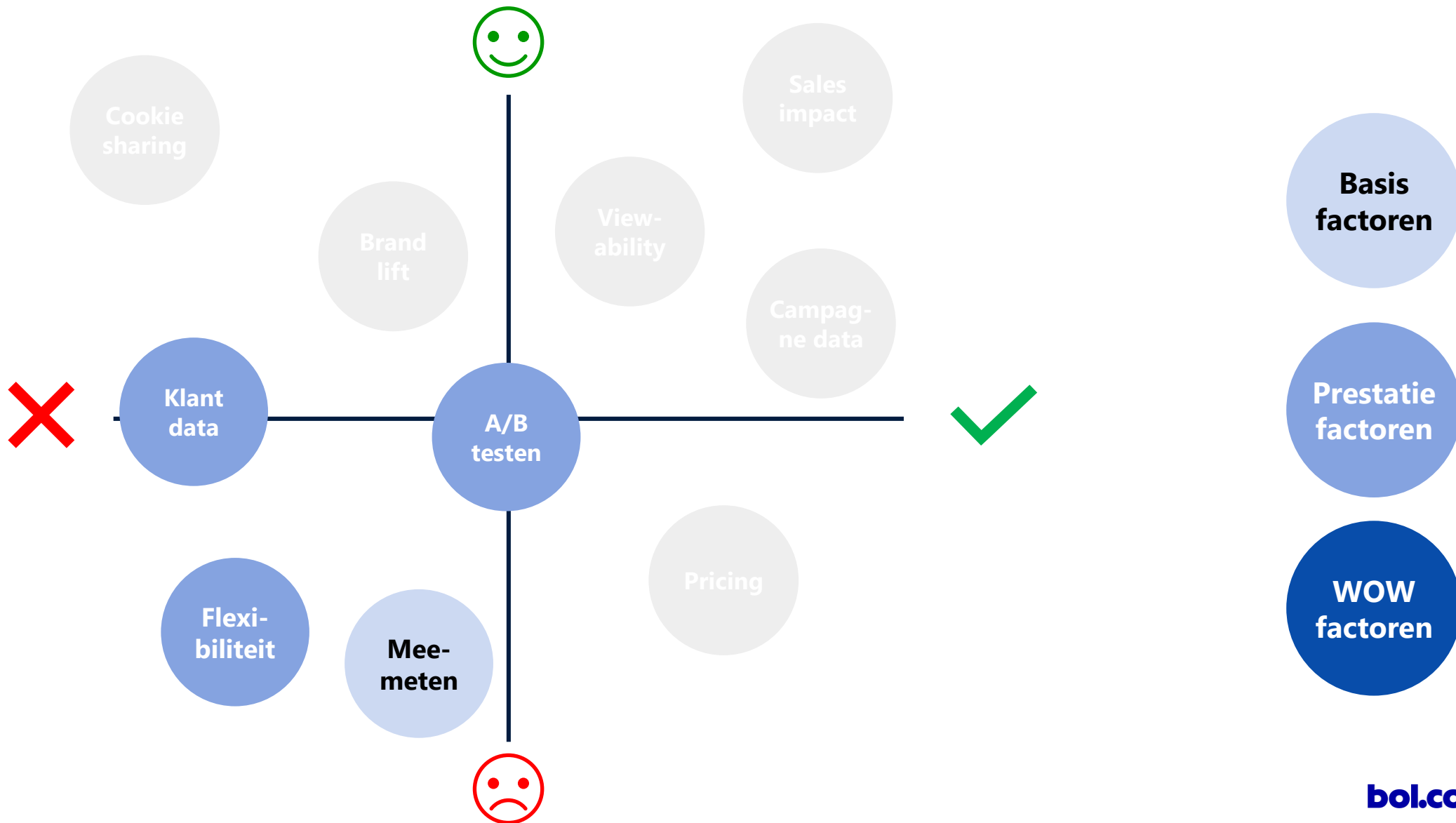
**Potentie nieuwe
markt: 2 miljard euro**

Klantbehoeften marketing- en mediamanagers



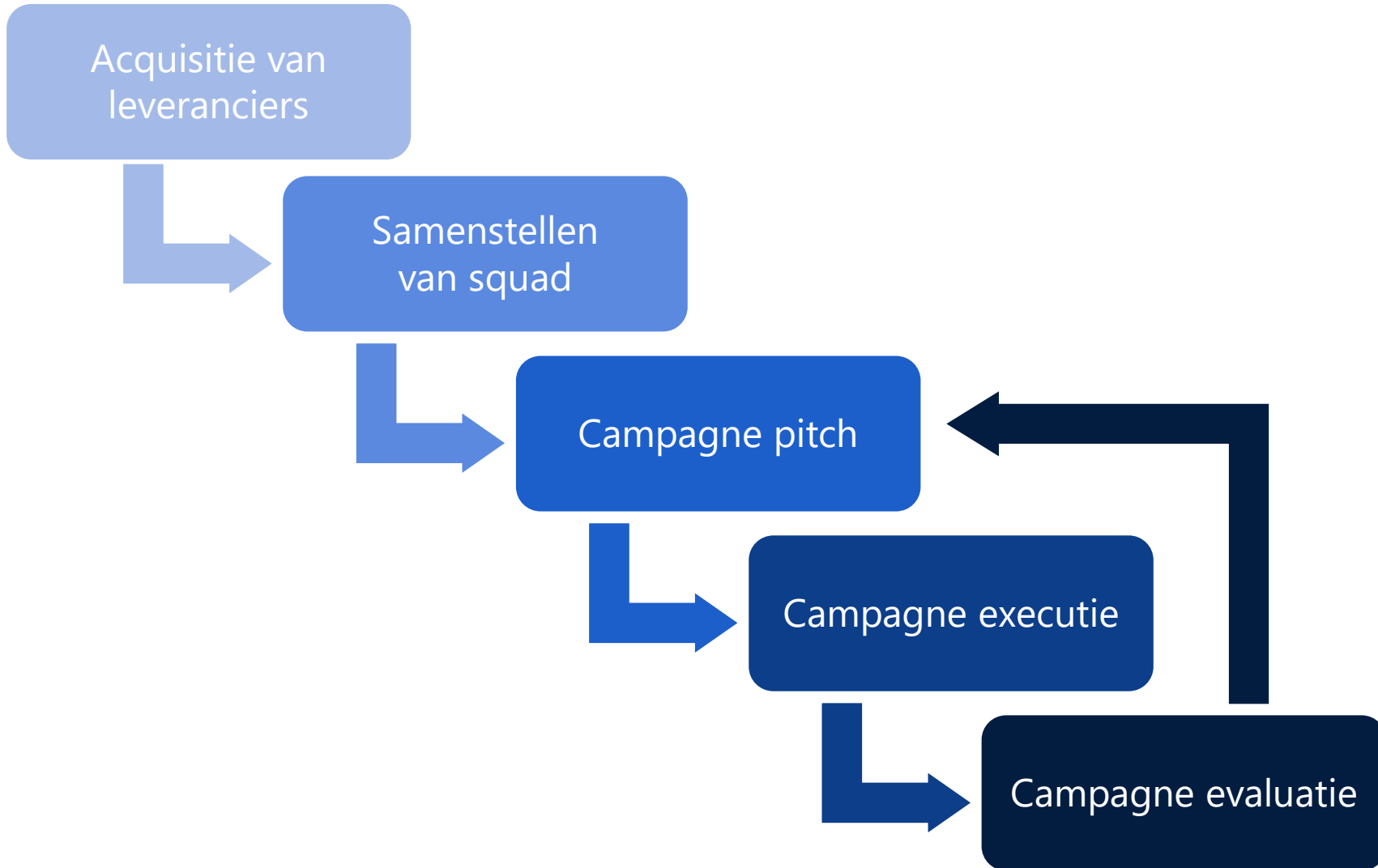
Klantbehoeften marketing- en mediamanagers

Ontbreken van flexibiliteit en data inzichten leidt tot ontevredenheid



Executie

25% van de omzet in 2024 door het bieden van maatwerk



Eerste resultaten

Verschuiving van mediabudget bij leveranciers leidt tot extra omzet



Vragen?

