

**Hoe WWF met een
digital-first strategie
meer giften en een
enorme stijging in
donateurs realiseerde**



4NG

Het belang van een digital-first strategie bij de groei van je bedrijf

In een wereld die continu digitaliseert, worstelen bedrijven met het opzetten van een digital-first strategie. Naast een krachtig platform is het essentieel om de juiste partner aan te laten sluiten om je bedrijf digitaal te laten groeien.

In dit whitepaper vertellen we je over het belang van een digital-first strategie en wat ervoor nodig is om dit te realiseren in 4 stappen. Vervolgens duiken we dieper in op de digitale transformatie van WWF.

Tot slot vertellen we hoe jij direct aan de slag kan gaan met je eigen digitale project, om de resultaten uit je strategie te optimaliseren.

Hoe overtreft je de verwachting en zorg je voor een uitstekende digitale klantervaring?

Bedrijven verwachten uitstekende klantbetrokkenheid en omzetgroei, maar wat doen ze om dit daadwerkelijk te realiseren? Tegenwoordig is alleen online aanwezig zijn niet voldoende, omdat de verwachting van de consument steeds verder toeneemt.

De pandemie heeft gezorgd voor een digitale revolutie, waardoor de consument nog meer zaken online regelt en zich steeds bewuster wordt van wat een goede digitale ervaring inhoudt.

Personalisatie is dus al lang niet meer een nice-to-have feature, en dat is voor ons geen verrassing. In de survey Personalized content delivery is a marketing must-have van Optimizely (2021) geeft 56% van de tech executives aan dat er een toename is in klanttevredenheid door middel van personalisatie van content en product aanreiking. Super belangrijk dus!



Bron: *Pulse and Optimizely Survey* "survey Personalized content delivery is a marketing must-have"

Omdat het leven van de consument zich steeds meer online afspeelt, is het voor bedrijven belangrijk om in te zetten op een digital-first strategie. Met een digital-first strategie focus je niet alleen op het inzetten van online, maar zorg je ook dat je eigen organisatie digitaal geïntegreerd is. Het belang van wendbaarheid en flexibiliteit is groot. Digitaal transformeren en blijven innoveren verdienen een hoge notering

op het prioriteitenlijstje. Juist nu is digitalisering nodig voor het creëren van efficiëntere processen, transparantie en een voorkeurspositie op de markt.

Op het moment dat er zich een probleem voordoet of een kans aandient is een digital-first bedrijf in staat om adequaat met een digitale oplossing te komen. Een bedrijf dat investeert in een digital-first strategie vereenvoudigt de interactie met de klant en zorgt dat het voldoet aan de verwachting van de consument. Deze bedrijven profiteren vervolgens van een groei in omzet door het aanbieden van de optimale digitale ervaring die past bij de klant.

Hoe word je digital-first in 4 stappen?

1. Formuleer een duidelijke digitale strategie

Ten eerste is het belangrijk om een duidelijke digitale strategie te formuleren. Communicatie van strategie is een stap die vaak wordt onderschat. Om ervoor te zorgen dat je digitale plannen werken, is het cruciaal om naast een duidelijke formulering van je strategie, ook te zorgen dat deze boodschap bij iedereen binnenkomt.

2. Zorg voor de juiste technologie

Ten tweede is het van groot belang dat je zorgt dat je de juiste technologie in huis hebt. Een slechte technologische basis in combinatie met een complexe tech-stack kan kostbaar en tijdrovend zijn.

3. Een platform helpt bij digitaal transformeren

Een krachtig en schaalbaar platform stelt je in staat om het huidige systeem snel en veilig te integreren. Daarnaast is flexibiliteit van belang zodat functies, die zorgen voor groei, eenvoudig aan het platform toegevoegd kunnen worden, zonder dat je over hoeft te stappen naar een nieuw systeem.

4. Zorg voor een goede implementatiepartner

Een goede partner is van groot belang bij het realiseren van een succesvolle digital-first strategie. Ga je de samenwerking aan met een onervaren digitaal bureau, dan kan je tijdens je digitale transformatie rekenen op een proces vol frustraties waarvan je zou willen dat je er nooit aan begonnen was. Digitaal transformeren is een complex proces dat een goed platform en de juiste partner vereist. Dit zijn belangrijke factoren voor een succesverhaal.

Een goede digitale partner is vindingrijk en een expert op het gebied van het platform dat je gebruikt. Alleen dan kunnen ze de juiste technische support bieden voor een soepel proces. Uiteindelijk wil je natuurlijk een partner hebben die je helpt bij het behalen van je doelen met zo min mogelijk kopzorgen.

In het volgende deel vertellen we graag meer over de digitale transformatie van WWF Nederland. Zij ondergingen een succesvolle digitale transformatie met behulp van het digital experience platform (DXP) van Optimizely in samenwerking met 4NG. WWF mag zich na de transformatie digital-first noemen.

WWF Nederland realiseerde een essentiële groei aan de hand van een digital-first strategie

Gedragsverandering als essentiële factor om impact te maken

Als een natuurbehoud organisatie richt WWF zich op het verzamelen van publieke steun en het betrekken van mensen bij het creëren van verandering voor een betere planeet. WWF is zich ervan bewust dat gedragsverandering essentieel is om impact te realiseren. In een wereld waar informatie snel verkrijgbaar is worden mensen overspoeld met informatie. Organisaties concurreren om de aandacht van de consument en proberen ze te laten luisteren naar hun boodschap en nog belangrijker, actie te laten ondernemen.

"A transition from a classical charity organization to a movement "

Paul Zevenboom Head of Digital eCommerce & Consumer Data WWF

Van traditioneel bedrijf naar een digital experience platform

Door het gebruik van Optimizely 's DXP is WWF getransformeerd van een traditioneel goed doel, naar een digitale variant waar technologie gebruikt wordt om een beweging van natuurbeschermers op gang te helpen. In plaats van een algemene e-mail of sms te versturen, segmenteren ze nu op basis van doelgroep. Zo versturen ze gepersonaliseerde berichten naar de ontvangers die gebaseerd zijn op interesse. De website-ervaring is ook gepersonaliseerd waardoor bezoekers de meest relevante inhoud ontvangen op basis van hun online activiteiten en interesses.

Complexe onderwerpen aanpakken met behulp van de juiste strategie

Natuurbehoud is een veelomvattend onderwerp en kan soms complex zijn. WWF hervormde de benadering van campagnes en messaging met behulp van een strategische oplossing ondersteund door data. Hierdoor werd de inhoud van berichtgeving relevanter, waardoor volgers geïnspireerd raakten om over te gaan op actie.

...Mensen denken dat we tijd hebben



▶ [Bekijk filmpje](#)

Het resultaat?

Enorme groei voor WWF

Met de nieuwe website brengt WWF Nederland een grote beweging op gang, waarbij iedereen bijdraagt aan het behoud en de bescherming van de natuur.

Over een periode van 3 jaar, zag WWF een groei van 323% in donateurs. Het aantal giften nam toe met 1285% en de omzet van de webshop groeide met 430%!

Daarmee maakte WWF de grote stap van verliesgevend, naar winstgevend.



Vergelijking oude en nieuwe resultaat over een periode van 3 jaar.

Aan de slag met je digitale project

De drempel om te starten met een digitaal project kan hoog zijn. Het is volkomen normaal om je overweldigd te voelen tijdens je zoektocht naar de digitale mogelijkheden voor je bedrijf. Ondanks dat je er misschien voor uit je comfortzone moet stappen, is dit wel het juiste om te doen. Zeker als je bedenkt hoe verweven ons dagelijks leven is met digitale technologie. Het goede nieuws is dat je het niet alleen hoeft te doen. Met de juiste digitale partner en krachtige technologie is je doel om een digital-first bedrijf te worden binnen handbereik!

Optimizely is door de Gartner Magic Quadrant uitgeroepen tot marktleider op het gebied van Digitale Experience Platforms. Met ander woorden, Optimizely wordt gewaardeerd om het feit dat ze in staat zijn de visie van de klant te begrijpen en zo waarde toe te voegen. Het DXP centraliseert diverse functies variërend van content creatie tot optimalisatie in één platform zodat jij je kan focussen op het behalen van succesvolle resultaten.

4NG is Platinum Partner van Optimizely

Voor een succesvolle implementatie doet Optimizely een beroep op getalenteerde en gecertificeerde partners zoals 4NG, een full-service digitaal bureau dat zich focust op het leveren van Optimizely Commerce Cloud- en Content Cloud-oplossingen. Kortom, je haalt twee experts in huis om je te helpen bij het gehele proces.

Wij helpen je om het maximale uit je digitale potentieel te halen. Vertel ons wat je nodig hebt en wij helpen je op weg met jouw digitale transformatietraject. Neem contact op met 4NG als Platinum Partner van Optimizely voor meer informatie.

Over 4NG

Wij zijn 4NG. We grow digital business.

Bij 4NG brengen we de beste digitale specialisten bij elkaar in een grote familie waarin ondernemerschap centraal staat. Ons doel? Het beste full-service digitale bureau van Nederland zijn én blijven.

Met onze 9 labels: 4net, Brainbrothers, Nextfields, PossibillIT, Arlanet, Netvlies, Bikkelhart, the.FactorE & Bright Alley vormen we een gestroomlijnd full-service bureau en zijn we thought leader op het gebied van strategic design, e-commercedovelopment, webdevelopment en subscription commerce. Wij leveren alles waar jij op digitaal vlak van wakker ligt of juist van droomt. Dit doen we met meer dan 330 experts, verspreid over 6 locaties in Nederland.

Digitaal groeien en professionaliseren. Dat is onze core, al sinds 2002. Wij zien kansen. Wij voegen waarde toe met onze mix van expertises; technologie, strategie, performance, data, marketing en uiteraard een flinke dosis creativiteit. Dit doen we onder andere voor WWF, AJAX, Brunel, Talpa, Buma Stemra, Petsplace.

Wij zijn jouw strategische partner en laten al je digitale dromen uitkomen. We simply deliver! Benieuwd naar de mogelijkheden of interesse in een demo van het Optimizely platform?



Neem dan contact op met

Bjorn Kellerman

Business Development Manager bij 4NG

+316 24 95 90 13

bjorn.kellerman@4ng.nl

Follow us 