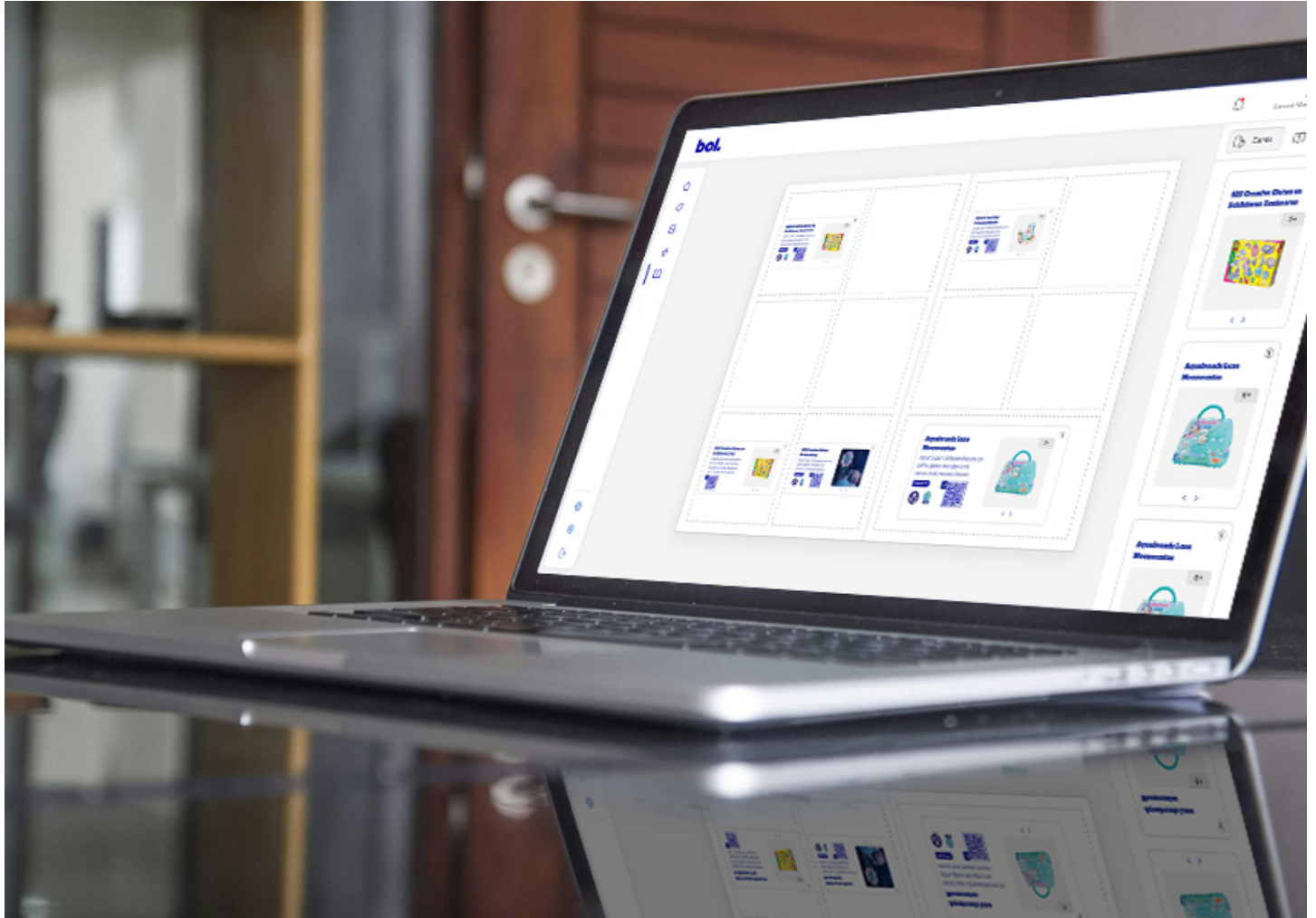


Platform bol. en de toekomst van contentautomatisering

02-04-2024 09:41



Achter de totstandkoming van Het Grote Speelgoedboek van platform bol. gaat een berg werk schuil. Het verzamelen en verwerken van grote hoeveelheden beelden, video's, QR-codes en productteksten is een flinke uitdaging, nog los van het creatieve opmaakproces. In het geval van platform bol. kon dit hele proces wel wat stroomlijning gebruiken. Chantal Kremer, lead van Het Grote Speelgoedboek zegt: "Voor de samenstelling van het boek is enorm veel content nodig. Die krijgen we binnen van onze leveranciers. Vooral nog gebeurde dat op heel veel verschillende manieren. Niet efficiënt, zelfs enorm tijdrovend. Daarom zochten we naar een zekere standaardisering. Dat bracht ons op het spoor van De Reclamefabriek."

Wat heeft De Reclamefabriek voor platform bol. gerealiseerd?

Chantal Kremer licht toe; 'De Reclamefabriek kwam zowel met een technologische oplossing voor ons proces, als met de uitwerking van het design in DTP voor de productpagina's. Op basis van hun softwareoplossing wisten zij voor platform bol. het proces van contentinzameling en -verwerking te automatiseren'.

'Er is nu één systeem waarin alle content terechtkomt'

Geen gebruikelijke opdracht voor een partij in de reclamewereld, beaamt Managing Partner Marieke de Koning. “Want bij ons gaat techniek en creativiteit altijd al samen, het zit in ons DNA, het is wie we zijn. We zijn met bol. rond de tafel gaan zitten en hebben onze bestaande software aangepast op hun behoefte. Concreet komt het erop neer dan er nu één platform is waar content in kan worden aangeleverd en kan worden gemanaged. Zo start je altijd met goedgekeurde content, wat enorm veel tijd en kosten bespaart in het creatieve proces. De content wordt geautomatiseerd verwerkt in de app en in een DTP opmaak. Pas daarna gaat ons team ermee aan slag om er weer een heel mooi speelgoedboek van te maken!”.

Met deze oplossing tackelen we een probleem waar veel retailers mee hebben te maken; het managen van grote hoeveelheden assets komend vanuit diverse bronnen is complex en tijdrovend, met een groot risico op vervuiling van de systemen. Het doel is immers om met de juiste inhoud te starten bij het vormgeven van diverse middelen. Toch zien wij in de praktijk dat het team vaak nog volop bezig is met het definitief maken van de inhoud tijdens de vormgevingsfase, wat afleidt en de kwaliteit van de marketinguiting in gevaar brengt’.

Door het succes van de eerdere edities is al duidelijk dat het boek een blijvertje is bij bol. “Het Grote Speelgoedboek zorgt voor meer bestedingen in de winkel. Het is goed voor bol. als merk, maar ook voor onze leveranciers en partners. Die doen ieder jaar weer graag mee vanwege de mooie boost aan verkopen van de producten in het boek”, zegt Mathieu Veldhuijzen, die bij bol verantwoordelijk is voor het speelgoedboek.

“In een wereld waar content koning is, zag bol. dat het essentieel was om voor de productie van Het Grote Speelgoedboek en de bijbehorende app in te zetten op innovatie. Ze spelen hiermee echt in op de toekomst van content automatisering”, bevestigd Erik van de Kleut, Managing Partner Innovatie bij De Reclamefabriek.

Waarom speelt platform bol. hiermee in op de toekomst?

Erik van de Kleut, Managing Partner Innovatie bij De Reclamefabriek vertelt; ‘De automatiseringsslag zorgde voor de nodige efficiëntie bij platform bol. en bij de leveranciers.

Door gebruik te maken van geautomatiseerde processen heeft platform bol. maar liefst 30% tijd bespaard in het verzamelen, valideren en verwerken van content voor Het Grote Speelgoedboek en de app. Ook werden door de geïntegreerde oplossing van Smart Content Manager fouten geminimaliseerd en is de kwaliteit van de marketingmaterialen aanzienlijk verbeterd. En het belangrijkste voor bol, door de inzet van Smart Content Manager heeft platform bol. een efficiënte workflow gerealiseerd, waarbij alle content op één centrale locatie wordt beheerd en verwerkt, waardoor het team naadloos kan samenwerken en deadlines kunnen worden gehaald. Met daarbij als groot voordeel, de kennis zit nu in een systeem in plaats van in hoofden van mensen. Zeker iets op trots op te zijn!’.

Wil je, net als platform bol., de lat hoger leggen en tegelijkertijd tijd en geld besparen door te investeren in contentautomatisering? Met onze geavanceerde software ontzorgen we jou, zodat jij je volledig kunt richten op de kwaliteit van je output. Laat je creativiteit bloeien en zie je merk groeien!

Ontdek zelf hoe de software van de Reclamefabriek ‘Smart Content Manager’ jouw bedrijf kan helpen bij contentautomatisering, waardoor je tijd en geld bespaart bij het maken van reclamematerialen. Wil je ook klaar zijn voor het ‘nieuwe reclamemaken’. Neem dan contact op met Marieke de Koning (marieke.dekoning@de-reclamefabriek.nl) voor een vrijblijvend oriënterend gesprek.