



adwise
YOUR DIGITAL BRAIN

Marketing Maturity Model

Zo word je een digital master.



Voorstellen.



Koen Kranenberg

Director Disruption & Innovation

LinkedIn: kkranenberg
K.Kranenberg@adwise.nl

"Marketing en innovatie hebben mij altijd enorm geboeid. Vanuit een technische hoek ben ik ruim 12,5 jaar geleden begonnen bij Adwise. De groei van 3 naar 100+ digital brains heb ik meegemaakt en heb een belangrijke rol gespeeld in het continu vernieuwen op organisatorisch, marketing en technologisch vlak."



**Zo word je een
digital master.**

We create 101 Digital Masters



N/A

Adwise is voor mij een geweldige organisatie om bij te werken.

2



-

-

N/A

Ik ben er trots op dat ik bij Adwise werk.

1



-

-

Zo word je een digital master.

Topics voor vandaag.



- Waar moet ik de focus op leggen als CMO?
- Welke mensen moet ik aannemen?
- Tech is ook onderdeel van mijn portefeuille, wat nu?
- Data, het is groot, waar begin ik?

Marketing

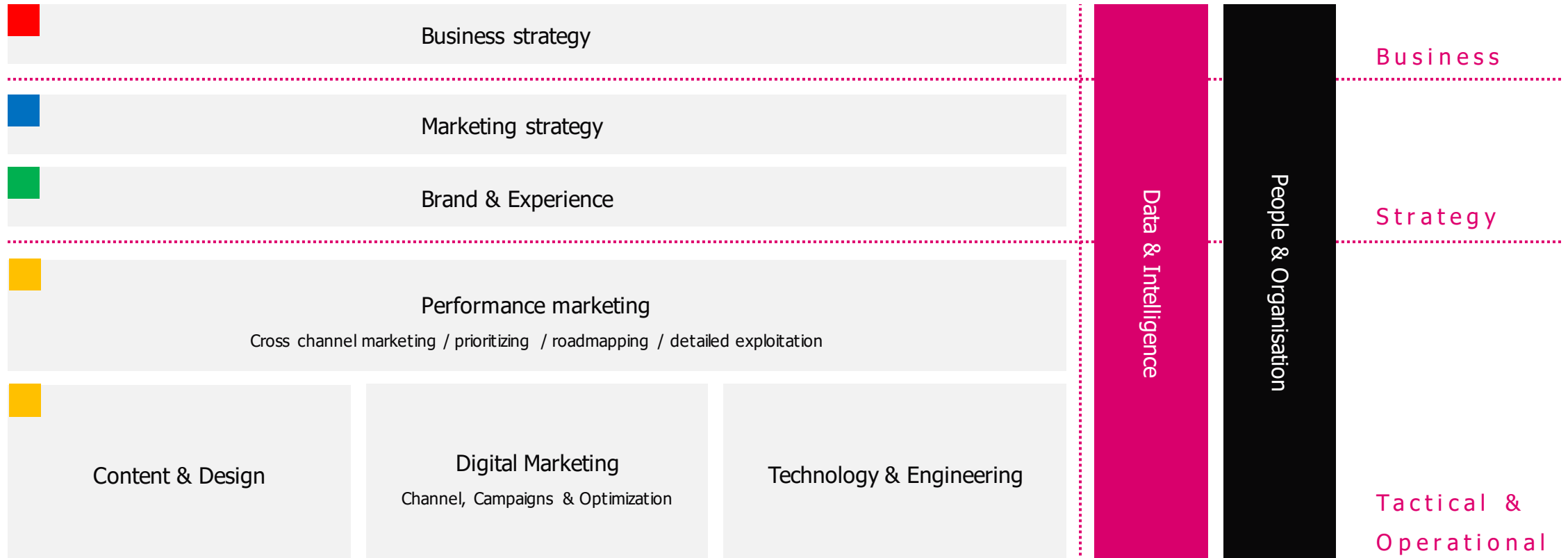
**Zo word je een
digital master.**

Marketing is geen functie, het is het hele bedrijf gezien vanuit het standpunt van de klant.

Peter Drucker



ADWISE MARKETING CANVAS



Maturity model.



Vooruitgang boeken in een onbekende ruimte, is moeilijk als de kaders niet bekend zijn.

DE FASES VAN MATURITY



INITIEEL

Wat is er gebeurd?

Chaotisch en ad hoc. Problemen worden pas opgelost als ze zich voordoen.

HERHAALBAAR

Wat zal er gebeuren?

Het proces is onder normale omstandigheden voorspelbaar in termen van tijd en geld. Bij invoering van nieuwe technologieën of methoden valt men nog terug op niveau 1.

GEDEFINIEERD

Waarom is het gebeurd?

Het proces is gedefinieerd en onder controle.

Ook bij afwijking van de normale omstandigheden kan goed worden gereageerd.

BEHEERST

Wat gebeurt er?

Processen sluiten op elkaar aan. Er wordt systematisch aan het proces gemeten om afwijkingen vroegtijdig te constateren en te verbeteren.

Procesverbetering vindt plaats op basis van kwantitatieve analyse.

OPTIMALISEREN

Wat moeten we doen?

Systematische procesverbetering op basis van metingen is een geïntegreerd onderdeel geworden van de bedrijfsvoering.

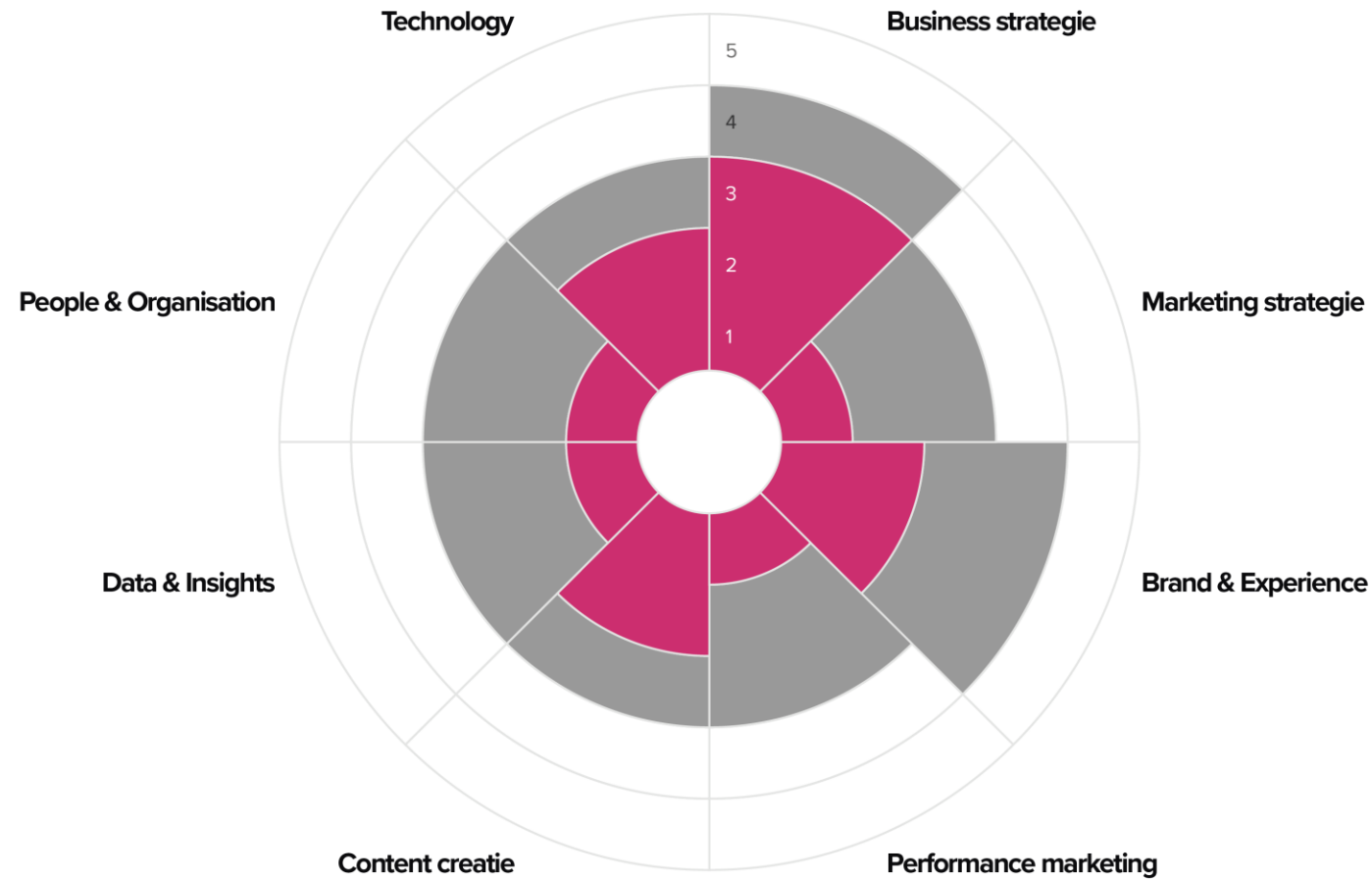
Nieuwe technologieën kunnen beheerst worden ingevoerd.

Beginners

Digital Masters

Het draait allemaal om de balans.

MARKETING MATURITY.





A black and white photograph of a group of people, mostly women, sitting around a table in what appears to be a social gathering or meeting. The table is set with several bottles, glasses, and teacups. A speech bubble is overlaid on the image, containing the text: "Welke mensen zal ik aannemen voor mijn **Marketingteam?**".

Welke mensen zal ik
aannemen voor mijn
Marketingteam?

Wat een organisatie nodig heeft, hangt af van de fase waarin de organisatie, team & individu zich bevindt.

Immature vs Mature.

MARKETING

Immature vs mature.



Immature

- Algemene segmenten
- Actielijst marketing activiteiten
- Eigenaar verantwoordelijk
- Differentiatie/propositie niet helder
- Geen/volume KPI's
- Interne blik
- Het overkomt ons

Mature

- Laser scherpe doelgroep (individu)
- 3-5 jaren strategie
- CMO+Team verantwoordelijk(CFO/CEO)
- Duidelijke propositie & purpose
- Kwaliteit KPI's
- Externe blik
- Pro-actief naar mogelijke disruptie

Het doel van marketing is: “om je zo te organiseren, dat je klantbehoeften beter beantwoordt dan de concurrentie op een winstgevende manier.”

BRAND & EXPERIENCE

Immature vs mature.



Immature

- Geen karakter
- Geen merkwaarden/purpose
- Product/merk wordt niet herkend
- Experience verschilt per channel

Mature

- Karakter sluit aan bij doelgroep
- Merkwaarden zijn overal zichtbaar
- Merk wordt makkelijk herkend
- Channels versterken elkaar per Experience





PERFORMANCE MARKETING

Immature vs mature.

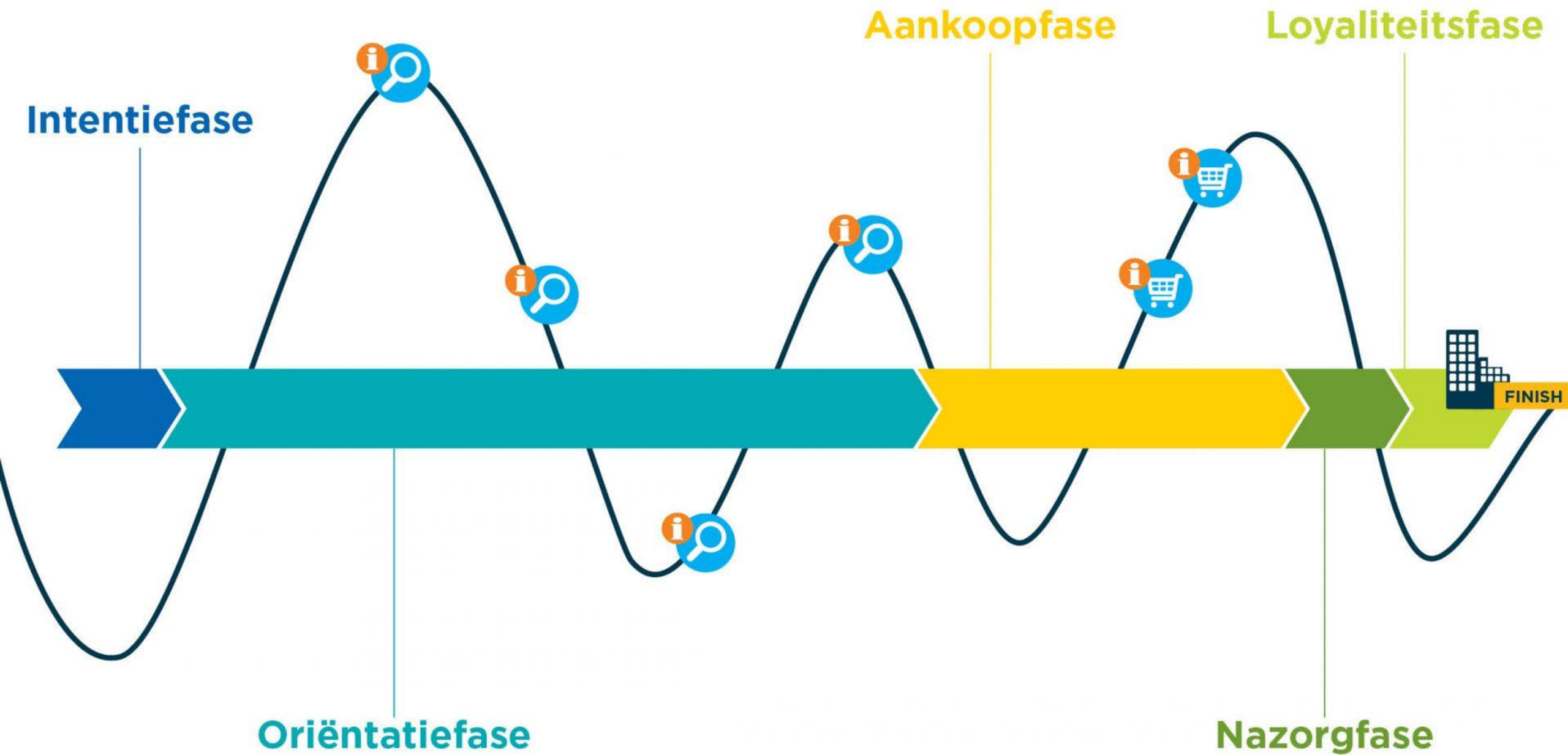


Immature

- Enkele channels
- Data silo's
- CPC
- Handmatige
- Geen data verrijking

Mature

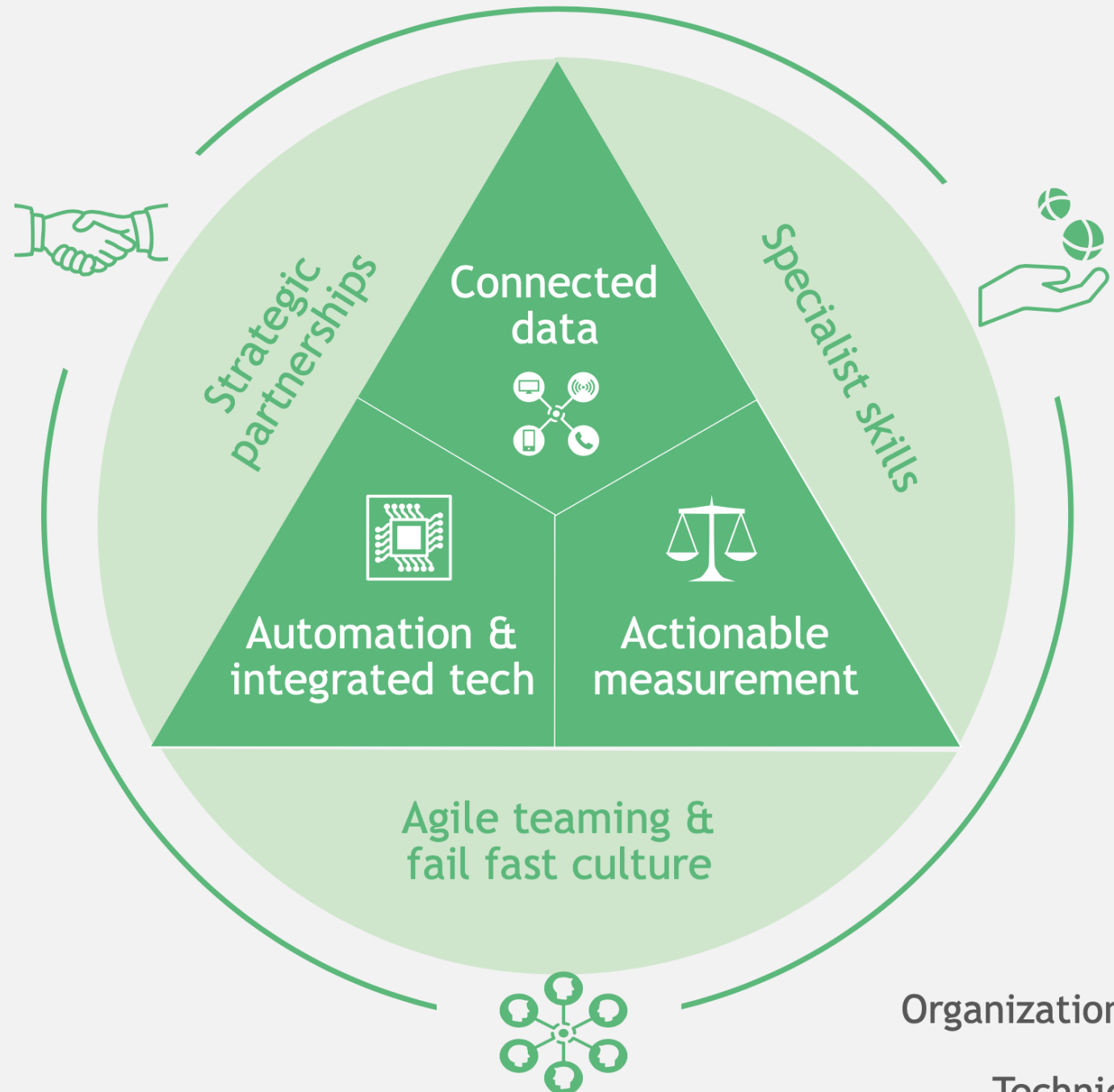
- Volledige channel potentieel
- 360 klantprofiel
- CLV
- Geautomatiseerd AI
- Algoritmes maximaal gevoed





Wereldwijd vindt **50%** van alle online aankopen
plaats via marketplaces

There are 6 technical and organizational factors that differentiate success



Organizational

Technical

hé! wij zijn je
nieuwe
buren

ontdek de speciale
lenzen in de winkel

SPAR [winkelnaam]

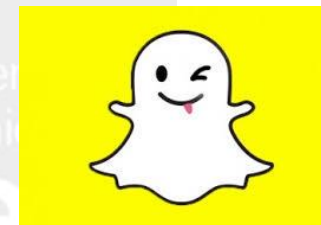
hé! je krijgt
een
rondje
van SPAR!

gratis
mini donut

SPAR [winkelnaam]

hé! ik ben
de ni
buren

SPAR [winkelnaam]
[plaatsnaam]



DATA

Immature vs mature.



Immature

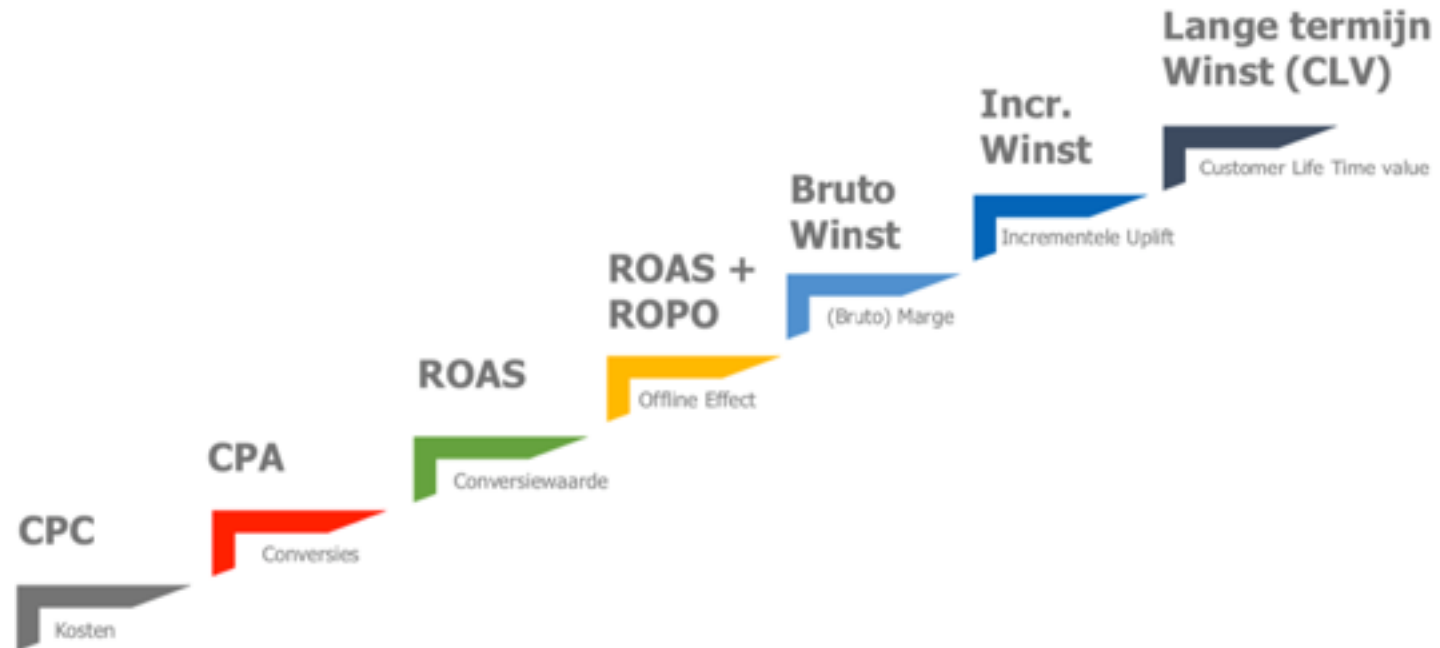
- Handmatige data bewerking
- Gesilode data
- Verschillende data formaten
- Ad-hoc query's
- Losse rapporten
- Volume KPI's

Mature

- Gekoppelde data naar acties/impact
- Data strategisch toegepast
- Geavanceerde AI modellen
- Skills in house
- Cascading scorecards
- Kwaliteits KPI's

Performance data.

FASES VAN METEN



Customer data.

360° klantview.



CONTENT

Immature vs mature.



Immature

- Algemene content
- Geen agenda
- Geen channel specifieke content
- Externe schrijvers
- Tekst

Mature

- Gepersonaliseerde content
- 3H model
- Afgestemd op channel
- Organisatie actief betrokken
- Rich media

(MAR)TECH

Immature vs mature.



Immature

- Maatwerk tooling
- Geen strategie
- Veel onderhoud
- All-in one
- Monoliet
- IT in de lead

Mature

- Village of tools
- Gartner page-layer model
- Cloud oplossingen
- Best-of-breed
- Microservices
- Marketing in de lead

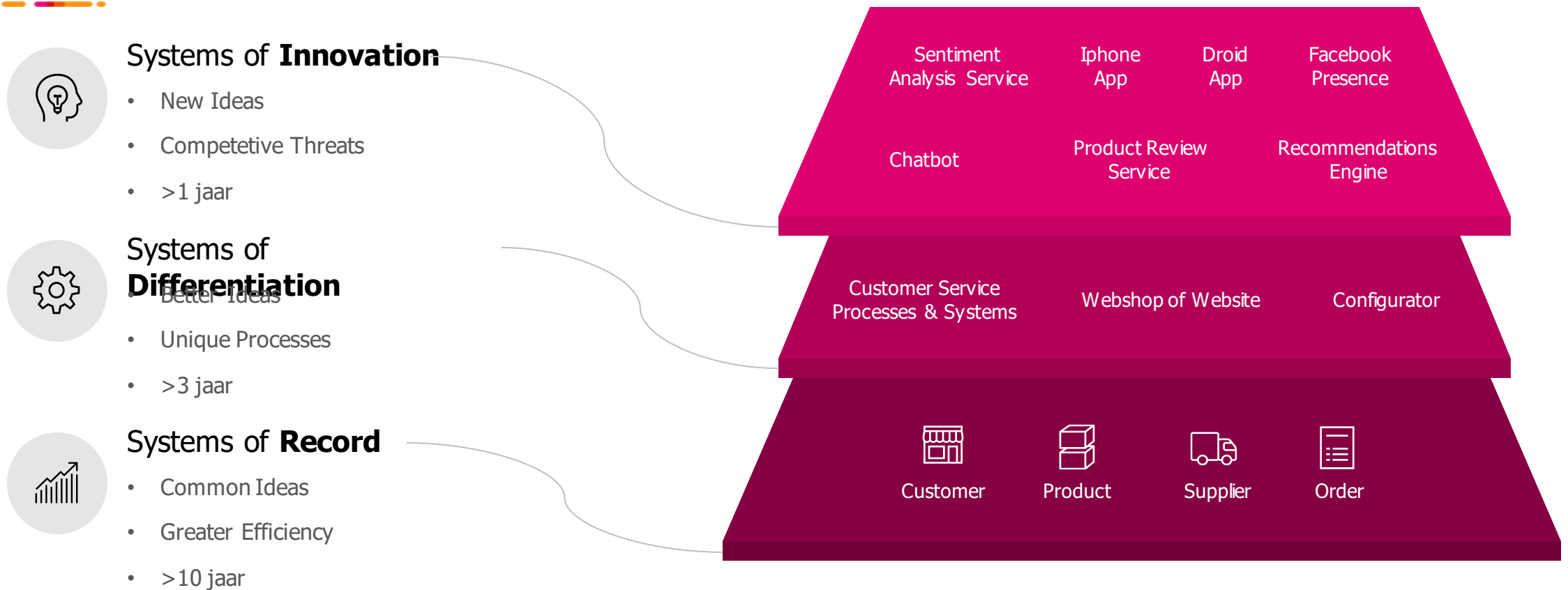
“Volgens de Gartner Marketing Technology Survey 2019 melden marketingleiders dat ze slechts 58% van hun martech-stackpotentieel benutten.”

Gartner, Marketing Technology Survey 2019



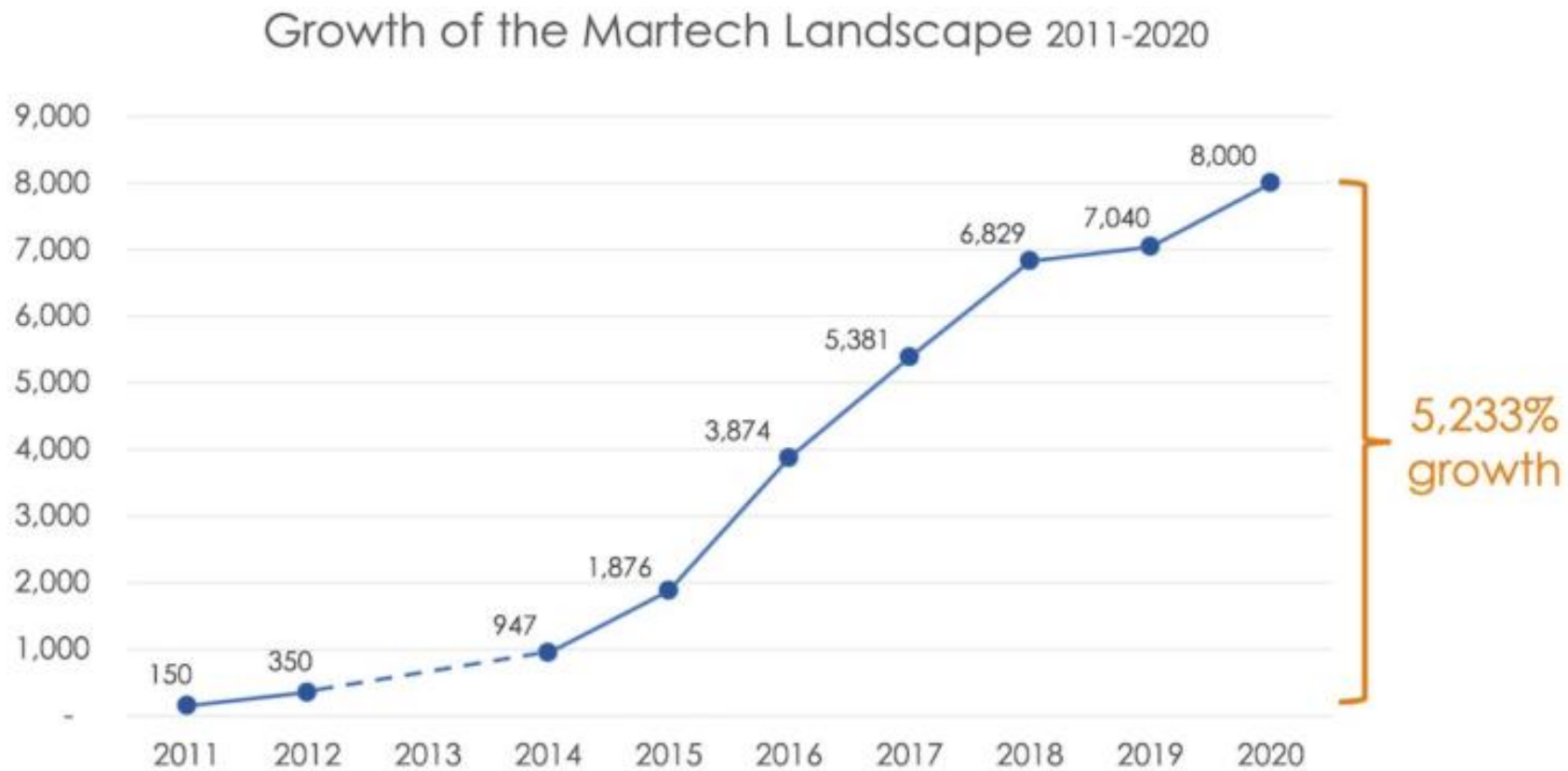
Waar hoort welke tool.

Gartner page layer model.



Maatwerk vs Tooling.

Village of tools.



PEOPLE & ORGANISATION

Immature vs mature.



Immature

- Onduidelijke taken/rollen
- Geen processen
- Geen ontwikkeling
- Geen doelstellingen
- Onvoldoende skills
- Weinig innovatie/uitdaging buiten kantoor
- Geen employer brand

Mature

- Duidelijke taken/rollen
- Processen duidelijk
- Ontwikkeling plannen
- Organisatie doel = individu
- Voortdurende skill verbetering
- Beter willen doen
- Sterk employer brand

**Wat moet ik zelf
kunnen.**

“Business heeft slechts 2 functies marketing en innovatie”

Peter Drucker



Kodak
Kodacolor



FOTO

GRAVACCIÓN

VIDEO

ESTUDIO
REPORTAJES

Kodacolor

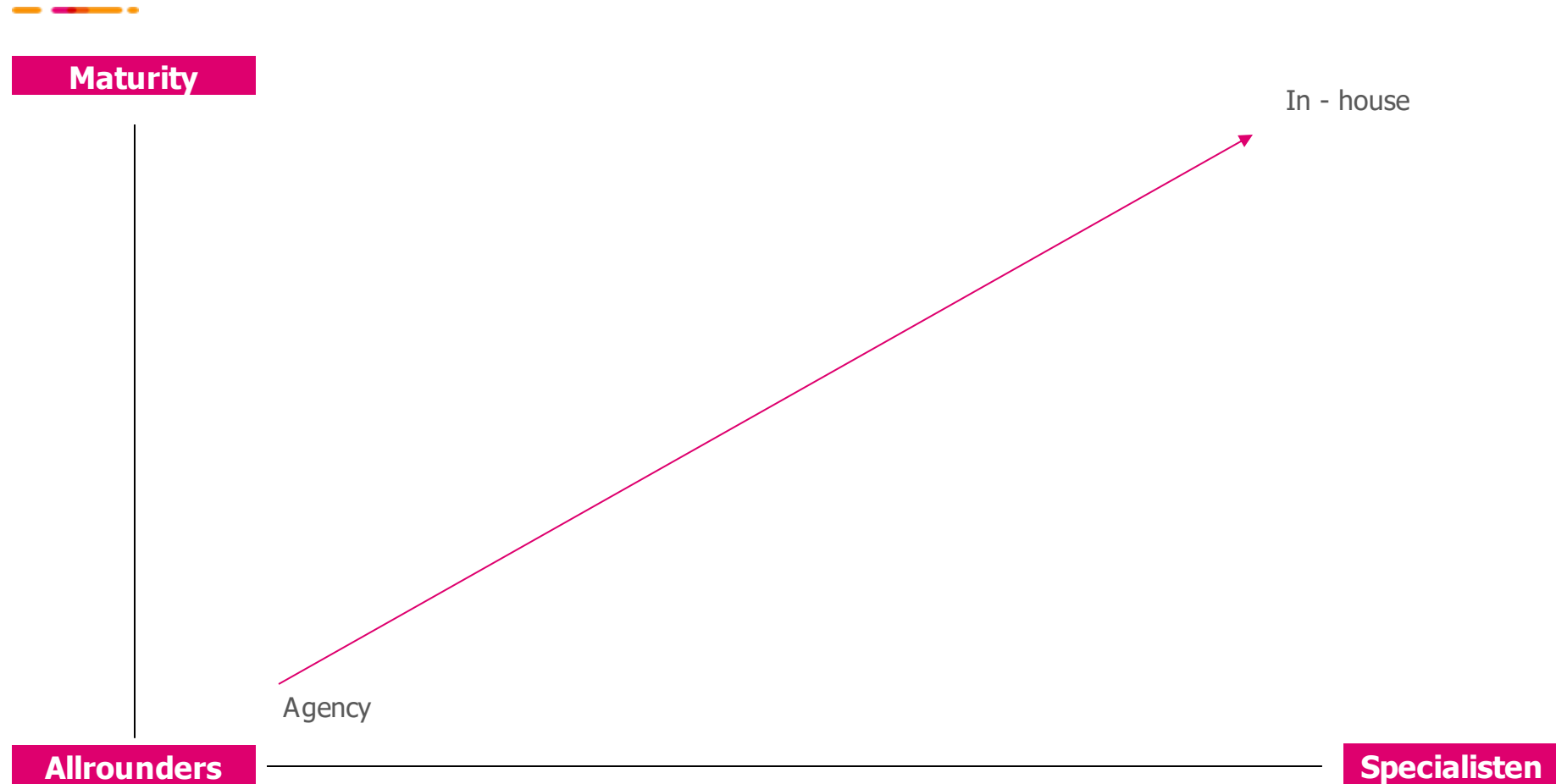
FUJICOLOR

AGFA COLOR



Hoe moet mijn marketing team eruit zien.

In-house agency building.



Hoe zorg ik dat mijn team de laatste kennis heeft

TALENT ONTWIKKELING

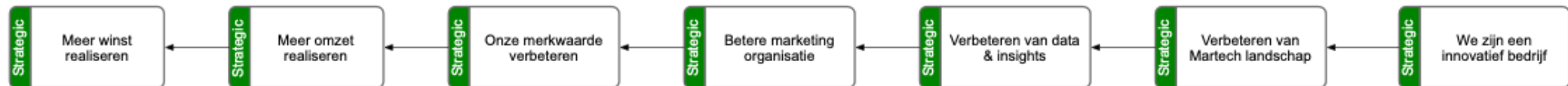


	Level	1	2	3	4	5
 Business strategie		✓	✓			
 Marketing strategie		✓	✓			
 Brand & Experience		✓				
 Performance marketing		✓	✓	✓		
 Content creation		✓	✓			
 Data & Insights		✓				
 P&O		✓				
 Technology		✓	✓			

**Waar moet ik
starten.**

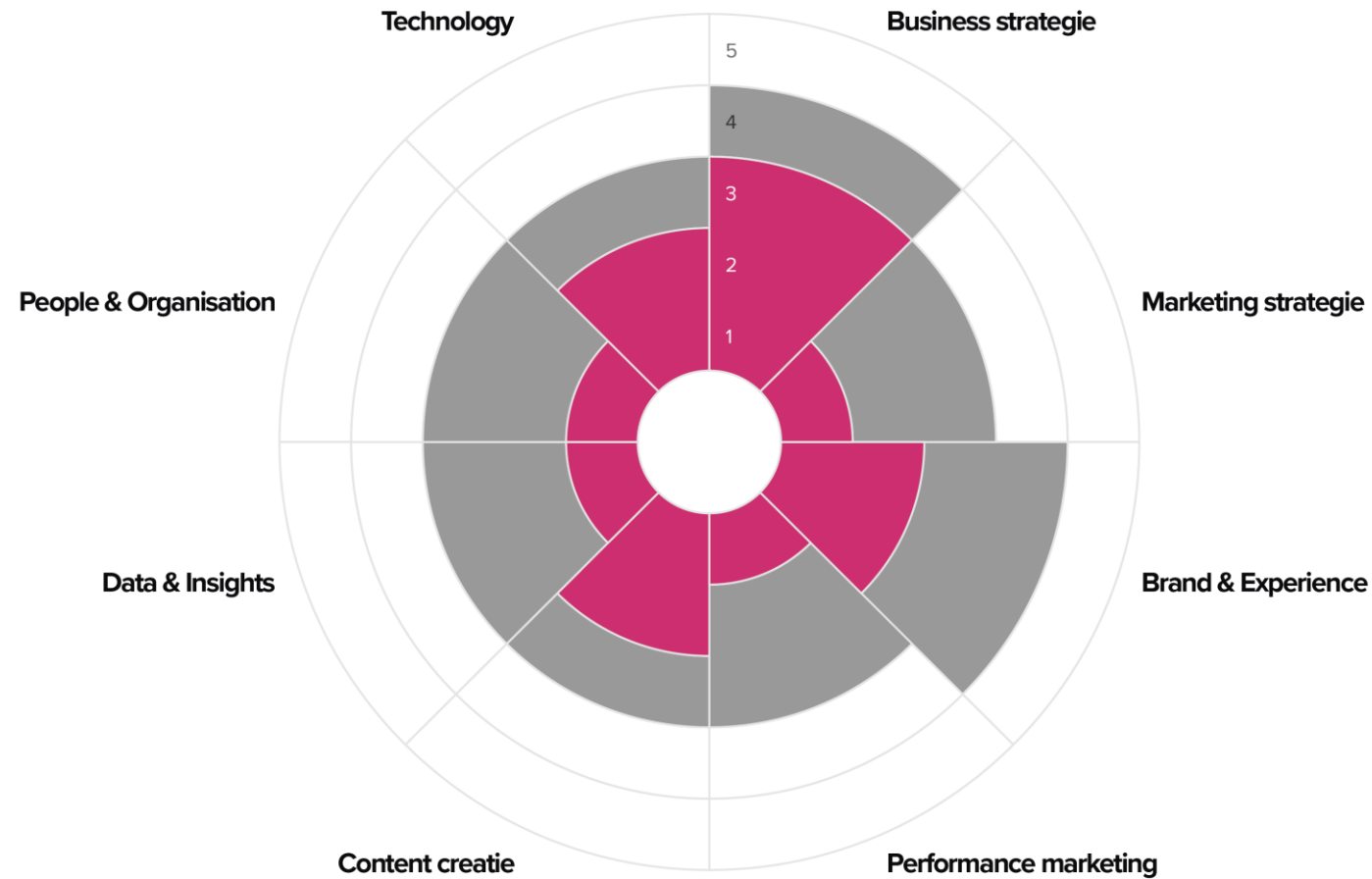
Zonder doel geen focus.

Zet de juiste doelen.



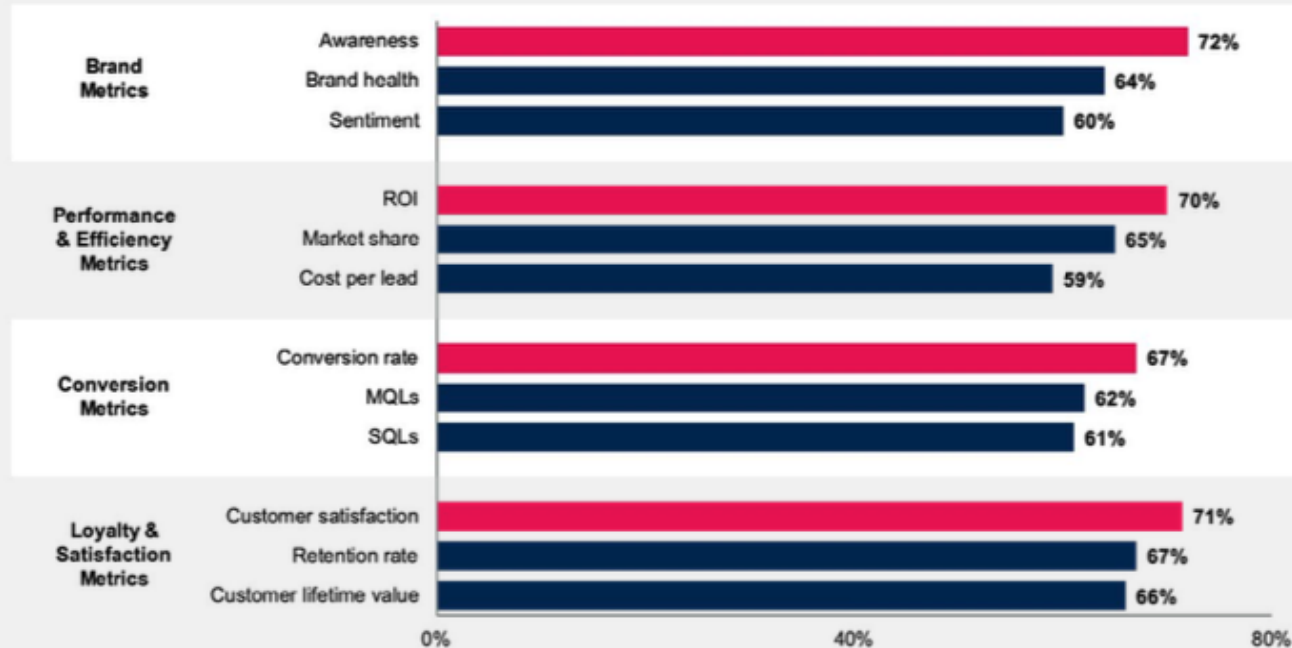
Het draait allemaal om de balans.

MARKETING MATURITY.



Metrics tracked on CMO dashboard

Very critically important percentage shown



n = 342 North America/U.K. respondents

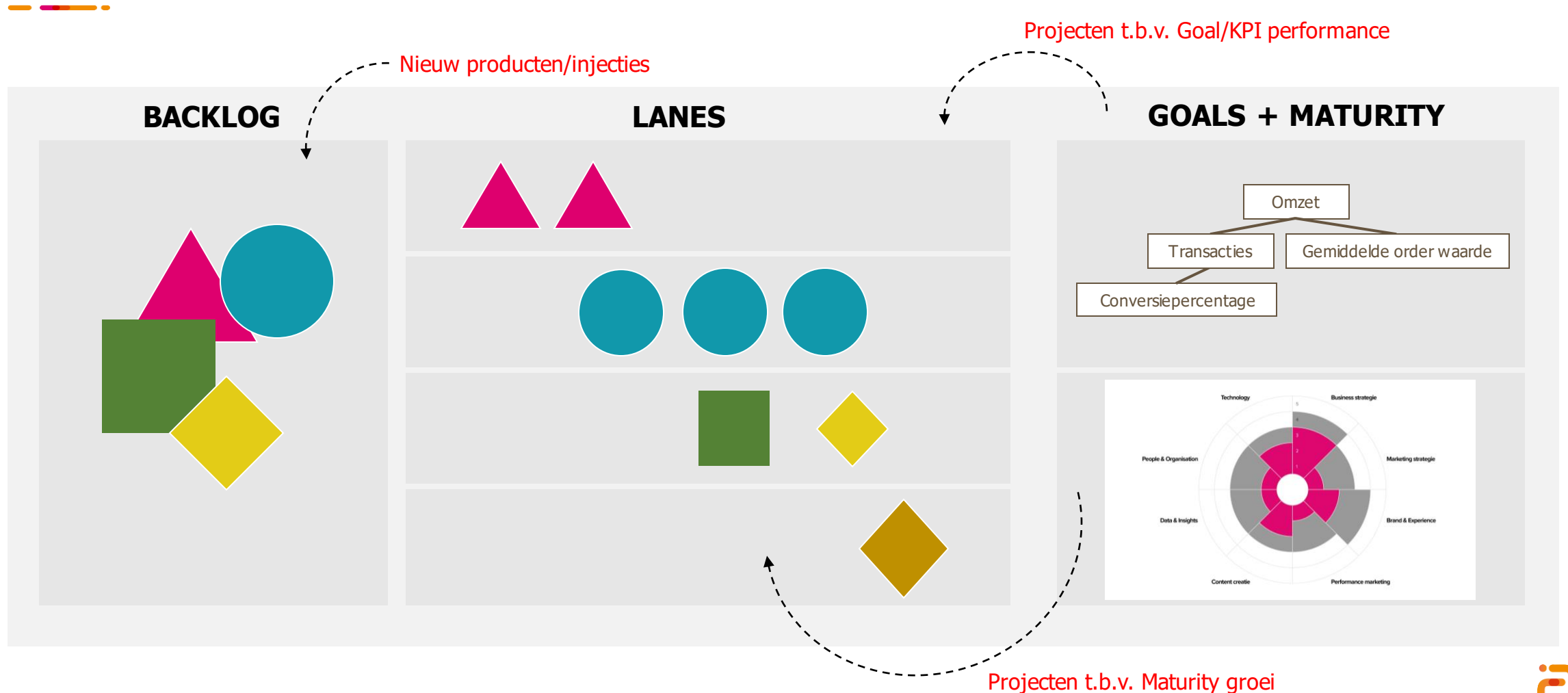
Source: Gartner CMO Spend Survey

Q: How important are each of the following...summary of metrics ranked very important, or critically important

ID:407635

Adwise way of work?

WAY OF WORK



**Wanneer doe je het
goed.**

NU, als...



Vragen?

Wat betekent dit voor mijn organisatie.

Bedankt voor jullie aandacht.



- Zoom call voor de eerste maturity check en mogelijke startpunten
- Mail k.kranenberg@adwise.nl