



MARKTPLAATS.NL BENUT MARKTEN KLANTKENNIS OM CONCURRENTIEVOORSPONG TE VERSTERKEN

Geen tijd meer verliezen aan het verzamelen van gegevens.

Natasha Zharinova, senior manager strategy and financial planning & analysis

Branche

Online Retail

Bedrijf

Marktplaats.nl is de advertentiesite voor het lokaal, regionaal en nationaal kopen en verkopen van goederen en aanbieden van diensten in Nederland en behoort al jaren tot de populairste sites van Nederland. Marktplaats.nl brengt vraag en aanbod bij elkaar, specifiek voor bepaalde categorieën.

Per dag worden ruim 300.000 nieuwe advertenties op de site geplaatst. Het tweedehandse en nieuwe aanbod van en voor particuliere en zakelijke gebruikers is groot en gevarieerd: van kleding en verzamelobjecten tot auto's en diensten. En dit loont: de advertentiesite ontvangt maandelijks ruim zes miljoen unieke bezoekers. Marktplaats.nl is sinds november 2004 onderdeel van eBay en gevestigd in Amsterdam.

Uitdaging

Marktplaats.nl streeft ernaar kopers en verkopers zo succesvol mogelijk te maken. Marktplaats wil de klanttevredenheid optimaliseren door pro-actief de klantvervaring te versterken en de klant gericht en optimaal te bedienen.

Oplossing

Verschillende afdelingen voorzien van diepgaand inzicht in handelsstromen zodat er snel kan worden ingespeeld op klantgedrag. Deze inzichten zijn gebaseerd op grote hoeveelheden klantgegevens die gestructureerd worden vastgelegd en geanalyseerd waardoor Marktplaats.nl handel nauwkeurig kan volgen en voorspellen.

Resultaat

Tevreden gebruikers van de site doordat dankzij inzicht in de huidige en toekomstige handels- en inkomstenstromen op verschillende detailniveaus continu ieder aspect van de gebruikerservaring kan worden geëvalueerd en verbeterd.

In 1999 was Marktplaats.nl één van de eerste websites in Nederland die zich volledig richtte op rubrieksadvertenties. Het platform groeide uit tot de populairste Nederlandse website voor online handel. Als koploper biedt Marktplaats.nl klanten steeds 'meer keuze, meer voordeel, meer Marktplaats'. Hiertoe steunt de site op gedegen datamanagement en toegankelijke analyses en prognoses van het koop- en verkoopgedrag van de zes miljoen bezoekers maandelijks. "SAS helpt met het inzichtelijk krijgen en benaderen van onze klanten (targeting). Dit helpt om klantgericht te zijn en klanten optimaal te bedienen."

Mensen kiezen voor Marktplaats.nl vanwege het laagdrempelige karakter: iedereen kan adverteren in de 36 productgroepen (rubrieken). De bezoekers zijn allang niet meer alleen op zoek naar tweedehands producten, maar vinden er ook nieuwe producten, auto's en woningen. De verbindende functie en het drukke verkeer maken de site ook aantrekkelijk voor aanbieders van diensten. "De bezoekers bepalen het succes van Marktplaats.nl", benadrukt Natasha Zharinova, senior manager strategy and financial planning & analysis. "Onze relaties met hen zijn gebaseerd op wat we elkaar wederzijds te bieden hebben."

Diepgaand inzicht in handel en klantgedrag

Het schijnbaar eenvoudige gebruik van de site leunt op geavanceerde monitoring en analyses van het surf-, oriëntatie-, aankoop- en verkoopgedrag van bezoekers. Via targeting benut Marktplaats.nl de verzamelde gegevens zodat bezoekers een optimaal passend aanbod van hen ontvangen. Deze kerncompetenties helpen om de

juiste persoon de juiste aanbiedingen te sturen, op het juiste moment en in het juiste 'umfeld', ook via mobiel en via social media zoals Facebook. "Met SAS ontsluiten we enorme hoeveelheden gestructureerde en ongestructureerde data zowel vanuit interne als externe omgevingen voor statische analyses, rapportages en om voorspellingen te doen (forecasting). Zo verkrijgen we diepgaand inzicht in de handel en het klantgedrag. Doordat we wel twee tot drie lagen de diepte in kunnen gaan, zijn we in staat om het gedrag van onze bezoekers ook daadwerkelijk beter te begrijpen en hierop in te spelen. We kijken naar patronen van zowel koop- als verkoopgedrag. Klanten die bijvoorbeeld zoeken in categorieën waarin kinderkleding wordt verkocht, groeperen wij in het segment "ouders". Op basis van de kledingmaten waarin zij zoeken of bij positiekleding, stellen wij de leeftijd van hun kind vast. Met deze informatie in de hand sturen wij hen als zij er prijs op stellen, regelmatig passende aanbiedingen. Dit doen we vanaf

MARKTPLAATS.NL

de zwangerschap totdat hun kind vijf is. Wij bieden eerst handige babyproducten aan, vervolgens weer de mogelijkheid tot het verkopen van deze producten en dan weer een overzicht van kinderkleding die te koop is in de volgende maat van hun kind. Hierop in te spelen helpt om de klanttevredenheid te verbeteren. De inzichten helpen ons ook

“Uniek aan SAS is het vermogen om informatie uit enorme hoeveelheden gegevens en databronnen toegankelijk en bruikbaar te maken.”

“We zijn nauwelijks tijd kwijt aan het verzamelen van gegevens en kunnen ons concentreren op het benutten van waardevolle inzichten en klantgegevens.”

om de richting van onze groeiambities verder te bepalen en om te innoveren in het optimaal bedienen van onze klanten en adverteerders.”

Bedrijfsbreed een eenduidige kijk

“Uniek aan SAS is het vermogen om informatie uit enorme hoeveelheden gegevens en databronnen toegankelijk en bruikbaar te maken. We zijn nauwelijks tijd kwijt aan het verzamelen van gegevens en kunnen ons concentreren op het benutten van waardevolle inzichten en klantgegevens. Met minimale inspanningen beschikken we over grafisch weergegeven rapportages en antwoord op ad hoc vragen en specifieke ‘wat gebeurt er als’ vragen. Rapporten zijn voor verschillende afdelingen meteen en gemakkelijk te gebruiken in elk gewenst formaat zoals PowerPoint, Excel of Word. Ze kunnen ook snel en gemakkelijk verspreid worden. Daardoor is er bedrijfsbreed een eenduidige kijk op de werkelijkheid en worden beslissingen genomen op basis van feiten.

Marktplaats.nl kan de inkomstenstromen met SAS tot in detail voorspellen en meteen inspelen op trendbreuken. “We weten in te schatten hoe zaken als het tijdstip en de dag waarop transacties plaatsvinden, schoolvakanties, vrije dagen en weersomstandigheden de handel beïnvloeden. Een groot voordeel is de mogelijkheid om databronnen te herleiden. Als iets niet volgens verwachting verloopt, kunnen we diep in de data duiken om tot in detail uit te zoeken waardoor dit komt.”

Bezoekerservaring op maat

Dankzij onder andere de continue inspanningen om de bezoekerservaring te optimaliseren, loopt Marktplaats.nl al 12 jaar voorop in een competitieve industrie die zich razendsnel ontwikkelt. “Deze voorsprong danken we aan onze kennis van markt en van bezoeker en aan het consequent vasthouden van het uitgangspunt dat alles altijd beter kan. We gebruiken de analytische kracht van SAS om complexe vragen te onderzoeken die de basis vormen voor segmentatie, customer life cycle programma’s en het aanscherpen van marketingcampagnes. Ook kunnen we vooraf beter de effecten in schatten op veranderingen op de site en nieuwe producten en diensten volgen.”

Waar Marktplaats.nl voorheen altijd voor elke bezoeker er hetzelfde uitzag, biedt de site steeds meer bezoekerservaringen op maat. “Kunnen zorgen dat bezoekers direct de informatie en producten aangereikt krijgen waarvoor ze komen, is voor ons de ultieme uitdaging. Dankzij SAS hebben we inzicht in klantgegevens en in de handel en zijn we in staat om verbanden te zien die ons helpen op het juiste tijdstip, naar specifieke doelgroepen acties te nemen die bijdragen aan een positieve klantervaring.”

