

Vijf favoriete tools van de Nextail-directeur

27-08-2015 10:08

Door Lianne Schilderink

Bron: EtailTrends 4

Laagdrempelig, goedkoop en efficiënt. Dat is toch wel de samenvatting van de vijf favoriete tools van Antoine Brouwer. De managing director van Nextail (de online organisatie voor alle Blokker Holding-formules) legt uit waarom hij voor de betaalde versie van Google Analytics kiest en geen tonnen neerlegt voor A/B-testing.

1. Optimizely

“Ideale software voor A/B-testing. Het werkt supersnel en gaat daarom discussies uit de weg. Moet een knop rood of groen zijn? Zonder ook maar iets te integreren of te programmeren in de site, legt de software direct een ‘laag’ over de webshop en het testen kan beginnen. Nog diezelfde week kunnen we met de uitkomsten aan de slag. Plug and play, dus. Dit tegenover dure pakketten van andere aanbieders, die moeilijk te integreren zijn en tonnen per jaar kosten.”

2. DataFeedWatch

“Een slimme toepassing, die onze productfeeds exact afstemmen op al onze performance-kanalen. Productinformatie wordt niet meer in één keer massaal naar prijsvergelijkers, Google en affiliates verzonden, maar gesegmenteerd. Een website als Tweakers is vooral geïnteresseerd in elektronica. Waarom dan informatie over al onze producten toezenden? DataFeedWatch kijkt welke informatie de website wil ontvangen en welke informatie wij willen sturen. Win-win. En ook voor deze tool geldt: eenvoudig in gebruik, goedkoop en efficiënt.”

3. Google Analytics Premium

“Juist, de betaalde versie van Google Analytics. Hoeveel clicks, waar komt de bezoeker vandaan, welke weg legt hij af, hoe beweegt hij zich over de website. Informatie die we continu in de gaten houden en waarmee we metingen verrichten. Het vormt eigenlijk de basis voor de onderneming. Alles wat we willen weten en meten, realtime op ons scherm. En dat is direct het grootste voordeel ten opzichte van de gratis Analytics-versie, altijd inzicht in de conversieattributie.”

4. ADPS Pricewatch

“Zelf eigenhandig prijzen vergelijken met die van de concurrent is verleden tijd. De ADPS Pricewatch-tool rekent het allemaal voor ons uit. Dagelijks geeft hij inzicht in de productprijs vergeleken met andere aanbieders, het gemiddelde in de markt en de historie van producten. Ook dit is een techniek die inmiddels door menig retailer en merk wordt gebruikt. Vroeger lieten we zelf onze robots de vergelijkingssites ‘scrapen’, met het gevolg dat deze sites traag werden. Zij leveren daarom nu maar al te graag hun data aan.”

5. Jira

“Dit systeem zetten we intern in en zorgt – jawel – vooral voor efficiëntie. Jira is een ticketingsysteem dat de planning en correspondentie tussen onze afdelingen en webdevelopers registreert. Je kunt online inzien wat de status is van een aanvraag/opdracht voor de website, wat de prioriteiten zijn en hoe het wordt ontwikkeld. Het blijkt een goede vorm van workflowmanagement waarbij iedereen op de hoogte is van actuele aanpassingen aan de website.”