

albelli<sup>\*</sup>

Albelli **fotoboeken**




**Zet de deur eens open:**

*haal als online speler je klanten offline*

Daniel Scheijen  
eRetail– 8 maart 2012

# Agenda

---

- 
- A stack of seven colorful books (yellow, red, green, orange, red, blue) is shown. In front of the stack is a beige notebook with a list of agenda items.
- Over Fotoboeken
  - Over Albelli
  - Internationale groei
  - Deuren openen
  - Leerpunten
  - Vragen?

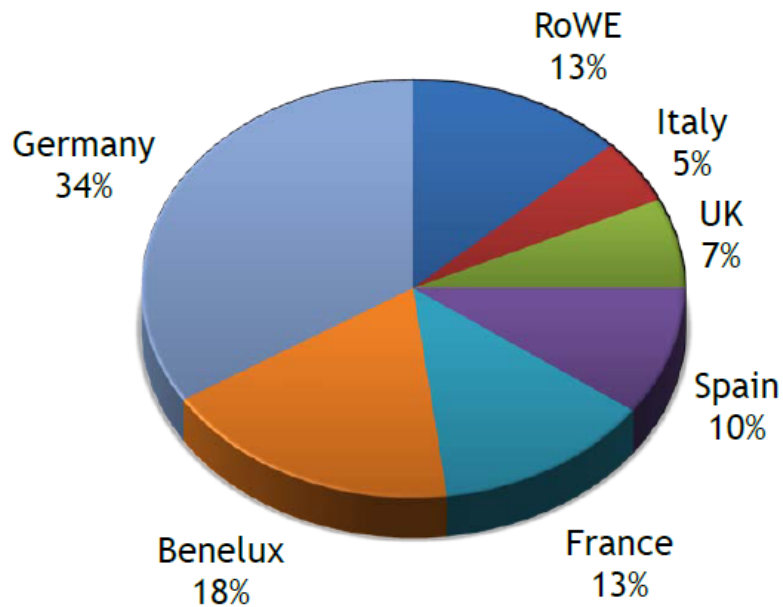
# Over Daniel Scheijen

---

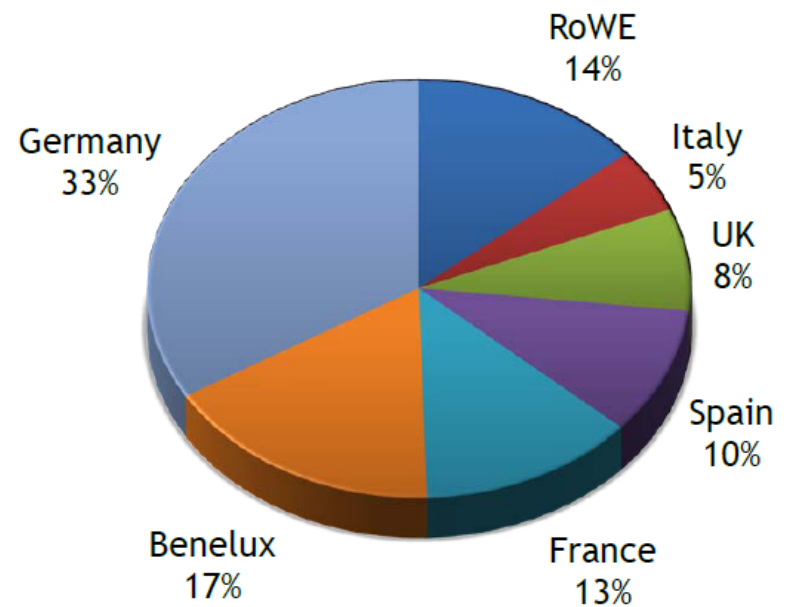


# Fotoboeken?!

Photobook Market Volume 2009:  
14.2 million books



Photobook Market Volume 2010:  
17.4 million books



# De markt, veel spelers

---



# Albelli: Fotoboekenspecialist



# Onze plek in de markt

---

- wij willen elke klant **een fantastische ervaring** bieden in **alle stadia** van de tijd dat hij klant bij ons is.
- Albelli **inspireert**
- Albelli **luistert**
- Albelli **luistert**
- Albelli **levert kwaliteit**
- Albelli **is leuk**



# Vanuit Amsterdam...

---





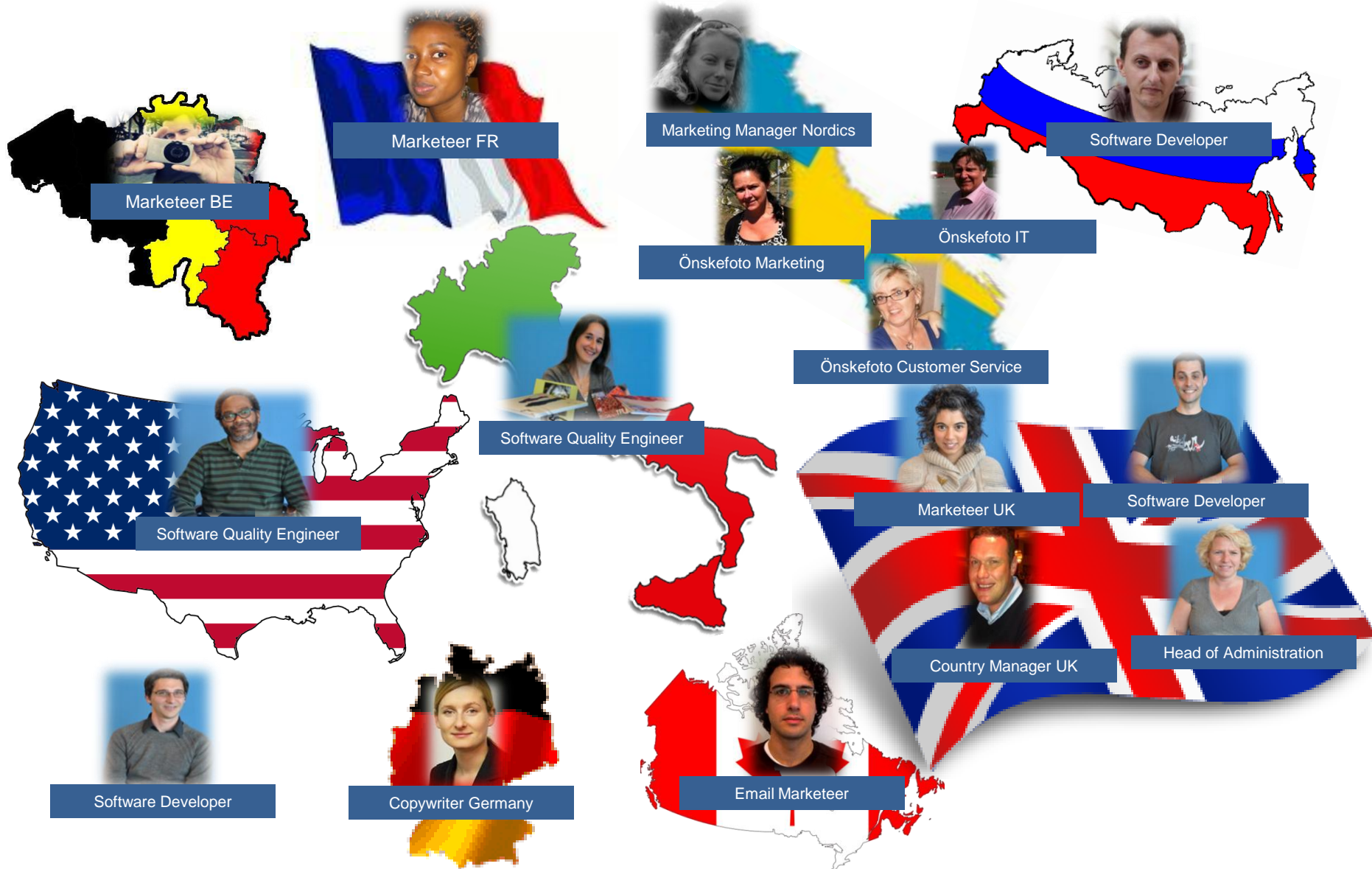
# ...en Den Haag



# Groeiend aantal landen



# Groeiend aantal nationaliteiten



# Act local, think local

---

- **Native** country managers in het land
- **Native** marketing support in Amsterdam
- **Native** customer service in Den Haag
- Combinatie van **lokale** kennis & **centrale** ervaring
- **Local** look en feel van websites, verpakkingen en verzendmethodes

# Wanneer is het Moederdag?



# Fotoboeken; een lastige funnel

---

- De meeste e-tailers:
  - Door divers aanbod vaak iets van je gading
  - ‘Directe’ conversie, ongeveer x%
  - Dus de **hamvraag**: hoe krijg ik zoveel mogelijk **traffic**?



# Fotoboeken; een lastige funnel

---

- Fotoboeken website:
  - Producten zijn blanco
  - Maken kost tijd
  - Twee conversiemomenten
  - Conversie sterk afhankelijk van type bezoeker
  - Hamvraag: hoe krijg ik **relevant** verkeer, dat (nu) **tijd wil maken** voor mijn product?



# En die open deuren dan?





# Een focus op Customer Experience:

---

- ... is het **logische gevolg** van onze positionering
- ... zit in ons **DNA**
- ... omdat bij ons ook de **80/20** regel geldt
- ... omdat het ook bij ons **10 keer duurder** is om een klant te werven dan te behouden

# De deuren openen

---

**Productiviteitsbeleving**



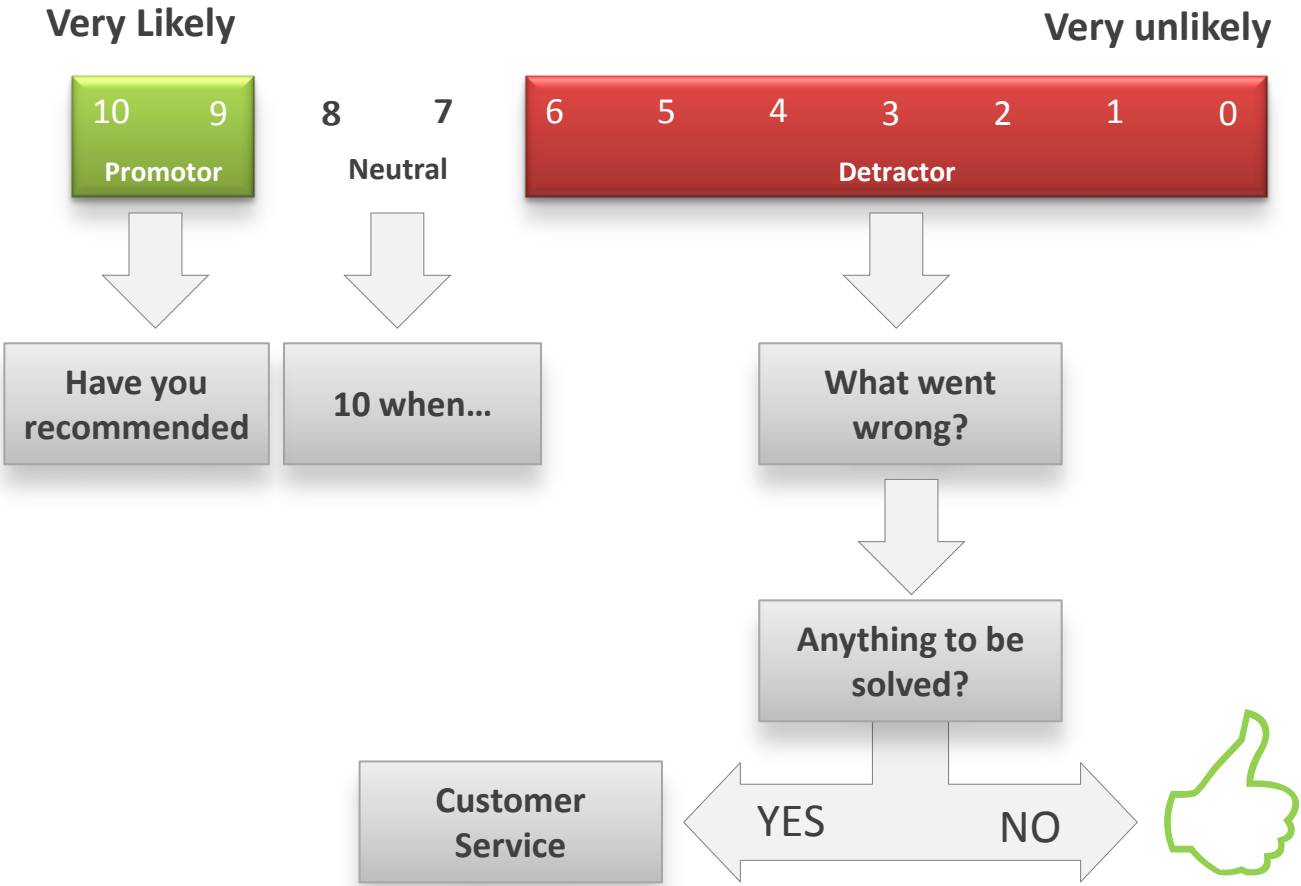
**Leuk, maar levert dat ook wat op?**

---

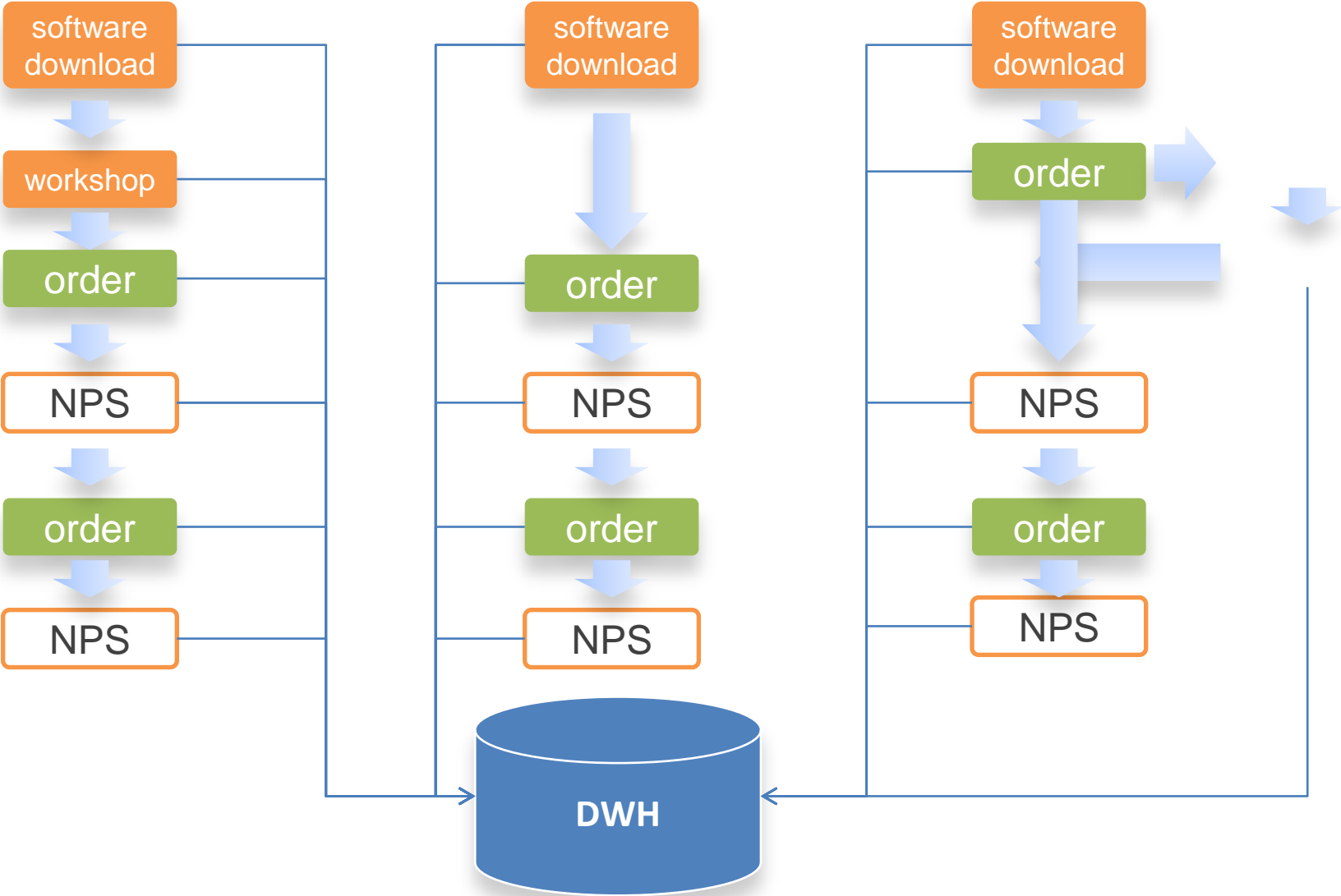


# Life time value – NPS als basis

The chance that I will recommend Albelli with friends is:



# Header



# Een paar learnings

---

Promotors hebben een **50% hogere lifetime value** dan detractors

**Activiteiten** dragen bij aan de verlaging van het aantal neutrals en detractors

# Voorwaarden & Tips

---

- **buy in** op het hoogste niveau
- investeer in **meetbaarheid**
- stap voor stap: **eerst de basics**
- wees **oprecht** en blij **jezelf**
- **borg metrics** (NPS) voor iedereen



**Meten is weten...**





# Vragen?

---

