

Vier redenen waarom een goede marketeer niet zonder digital workspace kan



Vier redenen waarom een goede marketeer niet zonder digital workspace kan

Hoe een digital workspace het leven van de marketeer makkelijker maakt

Reden 1: Computer says no	3
Reden 2: Te laat om bij te sturen	4
Reden 3: Voor niets gaat de zon op.....	6
Reden 4: Medewerker of merkambassadeur?.....	7
Digital Workspace: onmisbaar voor marketeers	8
Insight Digital Workspace	9

Inleiding

Als marketeer loop je nog wel eens tegen uitdagingen op je werkplek aan die ervoor zorgen dat jij je werk niet goed kunt doen: verouderde software, documenten die niet gedeeld mogen worden met externen, geen gezamenlijke opslagplek voor documenten, met alle gevolgen van dien... Het lijkt soms wel alsof je meer tijd kwijt bent aan het zoeken naar oplossingen voor deze problemen dan dat je daadwerkelijk aan het werk bent.

Een goede digital workspace kan een oplossing bieden voor deze uitdagingen. Een digital workspace is het geheel aan digitale tools binnen een organisatie. Wanneer deze tools naadloos aansluiten op de behoeften van de medewerker, zorgt dit voor meer productiviteit, een communicatievere organisatie en meer betrokkenheid. Zodat jij je weer gewoon kunt bezighouden met je werk.

In dit whitepaper vind je vier voorbeelden hoe een goed ingerichte digital workspace jouw werk als marketeer makkelijker maakt.

Door het gebruik van allerlei externe tools, die niet met elkaar verbonden zijn, voelt het alsof je aan het jongleren bent met content en data.

Reden 1: Computer says no

Een goede marketeer weet waar zijn kracht ligt en waar hij minder goed in is. Omdat nu eenmaal niemand perfect is, huur je regelmatig externe expertise in om je projectteam te versterken. Slim. Maar al snel merk je dat samenwerken met externen niet altijd zo vlekkeloos verloopt als de samenwerking met een collega. Vanwege veiligheidsredenen mogen jouw externe teamleden niet op het netwerk van de organisatie, waardoor je geen documenten met ze kunt delen. Dan maar via WeTransfer of Dropbox. Vast niet compliance-proof, maar je moet toch een manier vinden om samen te werken. En dan het liefst met applicaties die wél mobielvriendelijk zijn. Maar ook dit blijkt verre van ideaal: al snel circuleren de verschillende versies van een document op de computers van verschillende teamleden en is iedereen het overzicht kwijt.

Door het gebruik van allerlei externe tools, die niet met elkaar verbonden zijn, voelt het alsof je aan het jongleren bent met content en data. Gevolg: je raakt het overzicht kwijt, vertraging, gemiste deadlines en overschreden budgetten. Herkenbaar?

Samenwerken zonder hindernissen

Tegenwoordig is het in veel organisaties heel gebruikelijk dat verschillende mensen op verschillende momenten en op verschillende plekken samen aan één project of campagne werken. Een digital workspace, die draait op cloud-technologie, ondersteunt deze moderne manier van werken: een gezamenlijke werkplek stimuleert grenzeloos samenwerken. Alle informatie, applicaties en mensen vind je op één overzichtelijk, controleerbaar softwareplatform waardoor er geen risico's ontstaan. Gegevens kunnen tegelijkertijd in meerdere applicaties gebruikt worden, terwijl teamleden op elk gewenst apparaat toegang krijgen tot de nodige documenten, informatie en applicaties. Het maakt niet uit waar de documenten staan of waar jij bent: je kunt tegelijkertijd met teamleden werken aan één document vanuit één centrale omgeving. Nooit meer meerdere versies van een document! Compliance blij, externen blij, jij blij.

Daarbij bespaart werken in een digital workspace ook nog eens een hoop tijd. Het doorspitten van e-mail en documenten, op zoek naar informatie op verschillende plekken, is verleden tijd. Je inbox blijft überhaupt een stuk leger, omdat iedereen toegang heeft tot dezelfde digitale omgeving waardoor documenten en informatie rondmailen niet langer nodig is. Ook overleggen waarbij iedereen fysiek aanwezig moet zijn behoren tot het verleden: communiceren kan via chat of video.

Omdat je verschillende apps kunt integreren in een digital workspace en deze met elkaar kunt laten communiceren hoef je niet continu verschillende data uit meerdere systemen te halen.



Reden 2: Te laat om bij te sturen

Metten is weten. Anno 2019 is dit het uitgangspunt van marketing-professionals. Maar vaak gaat dit intern al mis: de collega's die content schrijven zijn niet de collega's die content plaatsen en weer andere collega's hebben inzicht in data. Om nog maar te zwijgen over de verschillende systemen waar in gewerkt wordt: een werknemer gebruikt per dag gemiddeld maar liefst 30 verschillende applicaties.

Natuurlijk kun je inzicht krijgen in de cijfers: een maand na plaatsing van een blog ontvang je van een extern bureau de cijfers die aangeven hoe goed jouw campagne op social media het gedaan heeft. Meestal te laat om bij te sturen. Realtime meten is het antwoord. Maar hoe doe je dit?

Realtime meten is weten

In een digital workspace maak je makkelijk (interactieve) dashboards met informatie uit verschillende systemen. Zo kun je bijvoorbeeld de verschillende campagnes, de leads, het budget en gemaakte kosten en opbrengsten in een realtime dashboard zetten. Klinkt een stuk beter dan een Excel-document met 20 verschillende versies, toch?

Omdat je verschillende apps kunt integreren in een digital workspace en deze met elkaar kunt laten communiceren hoef je niet continu verschillende data uit meerdere systemen te halen. Denk bijvoorbeeld aan een mailcampagne. Binnen de digital workspace kun je mailings opstellen in de mailingtool, het juiste bericht op het juiste moment versturen naar de juiste mensen uit je CRM en heb je direct inzicht in de resultaten in je dashboard-tool. Vervolgens kun je door de koppeling met social media-tool Hootsuite gegevens over potentiële leads van social media-profielen destilleren. Zonder te switchen tussen verschillende applicaties. Leads converteren was nog nooit zo makkelijk.

*Hans van der Meer, Marketing Manager bij Microsoft,
waarschuwt voor het gevaar van Shadow IT:*

*'Gratis bestaat niet. Dit soort applicaties draaien op basis van
advertenties. Informatie die je deelt via deze kanalen kan door de
partij worden gebruikt voor marketingactiviteiten. Kies daarom
altijd voor een betaalde oplossing waarbij je controle
hebt over wat er met jouw data gebeurt.'*

Bied applicaties aan die voldoen aan behoeften op het gebied van gebruiksvriendelijkheid en flexibiliteit.

Reden 3: Voor niets gaat de zon op

Shadow IT. De nachtmerrie van elke compliance officer. Shadow IT is soft- en hardware die buiten het zicht van de IT-afdeling valt, omdat deze door de organisatie niet officieel is goedgekeurd. Denk aan het delen van documenten via WeTransfer of het gebruik van zakelijk communicatieplatform Slack. Dit soort, vaak gratis, apps zijn gebouwd naar de behoeften van de gebruiker, maar kunnen grote beveiligings- en compliance-risico's met zich meebrengen. Medewerkers gaan op zoek naar zulke alternatieven wanneer goedgekeurde software niet voldoet aan hun wensen, omdat deze bijvoorbeeld niet flexibel genoeg is of niet gebruiksvriendelijk is.

Hans van der Meer, Marketing Manager bij Microsoft, waarschuwt voor het gevaar van het gebruik ervan: *'Gratis bestaat niet. Dit soort applicaties draaien op basis van advertenties. Informatie die je deelt via deze kanalen kan door de partij worden gebruikt voor marketingactiviteiten. Kies daarom altijd voor een betaalde oplossing waarbij je controle hebt over wat er met jouw data gebeurt.'*

Je wilt niet dat gegevens van klanten op straat komt te liggen: alles moet AVG-proof gebeuren. Maar hoe voorkom je dat medewerkers hun heil zoeken in shadow-IT?

Safety first

In plaats van de strijd aan te gaan met 'verboden' applicaties, kun je je beter richten op het bieden van de oplossing voor het probleem van de medewerkers. Bied applicaties aan die voldoen aan behoeften op het gebied van gebruiksvriendelijkheid en flexibiliteit. Een digital workspace biedt verschillende cloud-gebaseerde en mobielvriendelijke applicaties en integraties die hierin tegemoetkomen. Zo kun je in een digital workspace die draait op een Microsoft-omgeving bijvoorbeeld een planningstool als Trello integreren. Wanneer deze tool al gebruikt wordt door medewerkers gaat dus niet alle informatie verloren. Ze blijven werken op een manier die zij prettig vinden, maar dan in een veilige omgeving.

Daarbij biedt de digital workspace verschillende beveiligingsmogelijkheden. Externen kunnen door middel van een gebruikersnaam en wachtwoord alleen toegang krijgen tot documenten die jij selecteert. Eventueel beveiligd met een tweede authenticatie. Ook kun je ervoor kiezen om ze de mogelijkheid tot downloaden te ontfemen. Met een digital workspace weet je dus zeker dat je informatie veilig deelt met derden en voorkom je vervelende situaties als datalekken.

Medewerkers kunnen marketinginspanningen versterken, maar ook teniet doen. De kwaliteit van interne communicatie kan het succes van je campagnes bepalen.

Reden 4: Medewerker of merkambassadeur?

‘Customers will never love a company until the employees love it first’. Wijze woorden van de beroemde organisatie-adviseur Simon Sinek. Maar ambassadeurs maken van medewerkers is alles behalve makkelijk.

Veel werknemers vinden dat ze niet genoeg informatie ontvangen en voelen zich hierdoor niet betrokken. Als marketeer kun jij je werk pas echt goed doen wanneer externe en interne communicatie op elkaar zijn afgestemd. Sterker nog: wanneer dit het geval is kunnen collega’s jouw werk makkelijker maken. Maar het kan ook andersom. Het laatste wat je wilt is een collega die zich schaamt voor een commercial die nu op tv te zien is. En zich daarover uitspreekt op een feest.

Medewerkers kunnen marketinginspanningen dus versterken, maar ook teniet doen. De kwaliteit van interne communicatie kan het succes van je campagnes bepalen. Maar de huidige systemen maken het niet altijd makkelijk om dit te doen: intranet is een statisch archief met verouderde informatie en e-mail wordt niet gelezen en biedt geen ruimte voor groepsdiscussies.

Bereik je collega’s, bereik je doelgroep

Je collega’s kun je als het ware zien als verlengstuk van je marketingmix. Een persoonlijk social media-account wordt als geloofwaardiger beschouwd dan communicatie vanuit een bedrijfs-account. Maar dan moeten jouw collega’s er wel zelf in geloven. Authenticiteit en geloofwaardigheid zijn belangrijke factoren wanneer het aankomt op word-of-mouthreclame. Vergeet daarom nooit om je collega’s te betrekken bij je werk. Zo creëer je draagvlak.

In een digital workspace-omgeving stel je collega’s makkelijk op de hoogte van de verschillende marketingcampagnes waar de organisatie mee bezig is en kun je uitleg geven over de visie die daarachter schuilt. Via een intern sociaal netwerk bijvoorbeeld creëer je betrokkenheid: iedereen is bereikbaar en kan op een laagdrempelige manier met elkaar in gesprek. Je collega’s begrijpen waarom voor een bepaalde boodschap gekozen is en helpen met een beetje geluk bij het verspreiden van de boodschap. Gedreven door loyaliteit en trots. Persoonlijke nieuwsupdates zorgen ervoor dat alle werknemers het gevoel hebben dat ze onderdeel zijn van het team.

Hans van der Meer, Marketing Manager bij Microsoft, vertelt hoe je de implementatie van een digital workspace succesvol maakt: 'Betrek mensen vanaf dag één. Laat ze uitspreken welke voordelen ze verwachten, in plaats van ze de nieuwe werkwijze op te leggen.'

Meedenken is meedoen

Wil je jouw collega's écht betrekken bij jouw werk? Laat ze er dan over meedenken: een digital workspace biedt een plek waar collega's bijvoorbeeld hun mening kunnen geven over campagnes die ontwikkeld worden: stel bijvoorbeeld een panel van collega's samen of start een poll waar al jouw collega's hun mening kunnen delen.

Of laat jouw collega's daadwerkelijk onderdeel uitmaken van een campagne. Een digital workspace helpt je om de experts binnen jouw organisatie te vinden die jouw content inhoudelijk sterker maken: zij hebben verstand van de inhoud, jij van het verspreiden ervan.

Vergeet ook niet om de resultaten van de campagnes te delen. Collega's die hebben meegedacht over de inhoud zullen zich nog trotser voelen wanneer een campagne het goed heeft gedaan.

Digital Workspace: onmisbaar voor marketeers

Het moge duidelijk zijn: een digital workspace kan het antwoord bieden op veel uitdagingen waar jij als marketeer dagelijks mee te maken hebt. Zo is het samenwerkingsplatform van IT-bedrijf Insight gebouwd op Microsoft Office 365, waardoor in één oogopslag al je benodigde applicaties, documenten, outlook-activiteiten, favoriete sites en voor jou relevante informatie zichtbaar zijn. En iedereen die je nodig hebt is binnen handbereik, waar ter wereld ze ook aanwezig zijn. Functionaliteiten zoals chat vervangen tijdrovende vergaderingen en mailactiviteiten. En dit alles in een veilige omgeving. What's not to like?

Van e-mailcultuur naar samenwerkingsgerichte organisatie

De Digital Workspace van Insight is al voor veel marketeers de startpagina van hun werkdag. De voordelen zijn duidelijk: een Digital Workspace is gebruiksvriendelijker, levert tijdsbesparing op, zorgt voor hogere betrokkenheid onder medewerkers en is veilig. Maar bedenk je wel dat de techniek ondersteunend is aan een nieuwe manier van samenwerken. Als je blijft e-mailen, terwijl je ook een digital workspace hebt, dan is dat dubbelop. Er is meer nodig dan een tool alleen: het succes van een digital workspace valt of staat met interne adoptie en cultuurverandering.

Hans van der Meer, Marketing Manager bij Microsoft, vertelt hoe je de implementatie van een digital workspace succesvol maakt: *'Betrek mensen vanaf dag één. Laat ze uitspreken welke voordelen ze verwachten, in plaats van ze de nieuwe werkwijze op te leggen.'*

Dit kun je bijvoorbeeld doen door je medewerkers te vragen hoe zij de werkomgeving nu ervaren. Wanneer zij hebben aangegeven dat werken met externen een ramp is, en je daar met de digital workspace een oplossing voor kunt bieden, hebben ze het idee dat er naar ze geluisterd is. Focus bij de implementatie van de digital workspace op de voordelen voor de werknemers en de digital workspace wordt geheid een succes!

Insight Digital Workspace

Insight is een Fortune 500 company en wereldwijd leverancier van digitale innovatie en oplossingen voor de digitale werkplek, supply chain-optimalisatie en de transformatie van cloud- en datacenter. Vorig jaar lanceerden zij de Insight Digital Workspace™: een slimme dashboardtool die een volledig op Microsoft 365 gebaseerde digitale werkplek bevat. Het dashboard zit vol met nieuwe en handige snufjes om werken leuker en efficiënter te maken.

Omdat het is gebouwd op Microsoft Office 365, maakt het naadloze workflows mogelijk tussen applicaties die miljoenen werknemers al kennen en gebruiken, en kan het worden geïntegreerd met tools van derden. Daardoor hoeven werknemers niet meerdere applicaties te gebruiken of geen grote hoeveelheden data door te spitten om hun werk te doen.

De tool biedt ook de mogelijkheid om de effectiviteit van interne communicatie te meten, een vereiste voor marketing- en communicatiemanagers. Insight Digital Workspace™ is toegankelijk op mobiele apparaten en desktops.

Wil jij meer informatie over de Insight Digital Workspace™?

Neem contact op met Insight: nl.insight.com

About Insight.

Today, every business is a technology business. Insight Enterprises Inc. empowers organisations of all sizes with Insight Intelligent Technology Solutions™ and services to maximise the business value of IT. As a Fortune 500-ranked global provider of Digital Innovation, Cloud + Data Centre Transformation, Connected Workforce, and Supply Chain Optimisation solutions and services, we help clients successfully manage their IT today while transforming for tomorrow. From IT strategy and design to implementation and management, our 6,600+ employees help clients innovate and optimise their operations to run business smarter. Discover more at insight.com.