

De personalisatie-paradox:

Relevant
zijn zonder eng
te worden

2012: Hoe verhoog ik mijn conversie (incl. Bob Ross Model)

2013: Verleiden doe je met copy (weg met Lorem Ipsum)

2014: De verleidende dialoog (ga glijbanen bouwen)

2015: De 10 conversie tips

2016: Zo schrijf je dé ultieme productpagina

2017: Persuasive Copy

2021: Online Personalisation (One Size Doesn't Fit All)

2025:

De Personalisatie Paradox:

Relevant zijn zonder eng te worden

Meer conversie door
relevanter, menselijker
en slimmer te
communiceren.

Een getal:

80%

Een getal:

80%

van de consumenten is eerder geneigd een aankoop te doen wanneer merken gepersonaliseerde ervaringen bieden.

- Epsilon.

Nog een getal:

83%

Nog een getal:

83%

van de consumenten is bereid
hun data te delen om een
gepersonaliseerde ervaring
mogelijk te maken

- Accenture

Nog een getal:

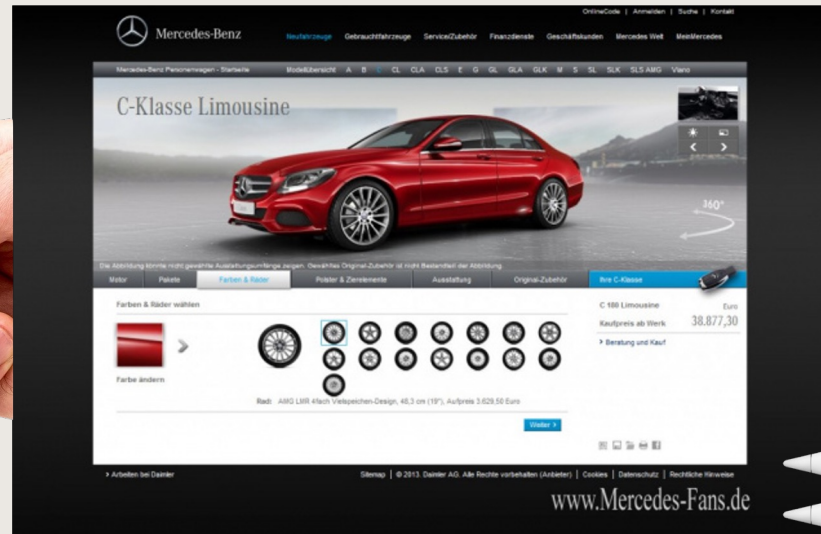
74%

Nog een getal:

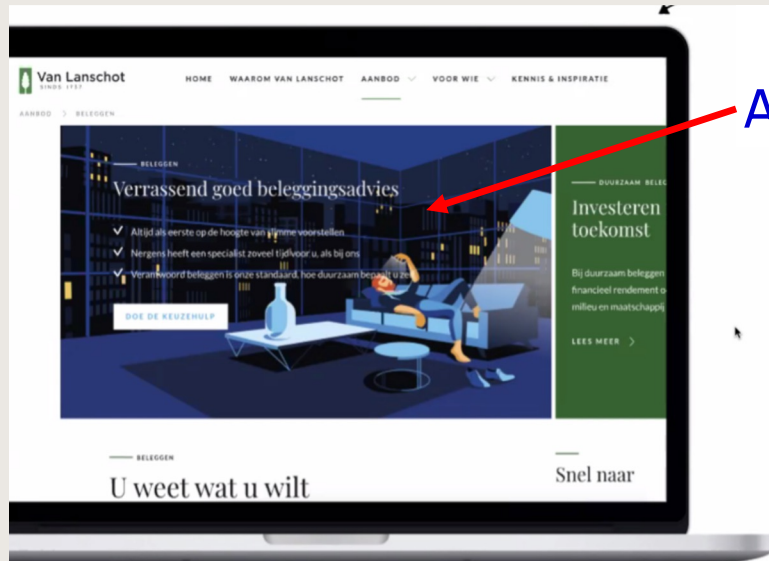
74%

van de consumenten raakt
gefrustreerd wanneer content
niets met hen te maken heeft.

Als je een ✓mok ✓schoen ✓auto ✓iPad kunt personaliseren....

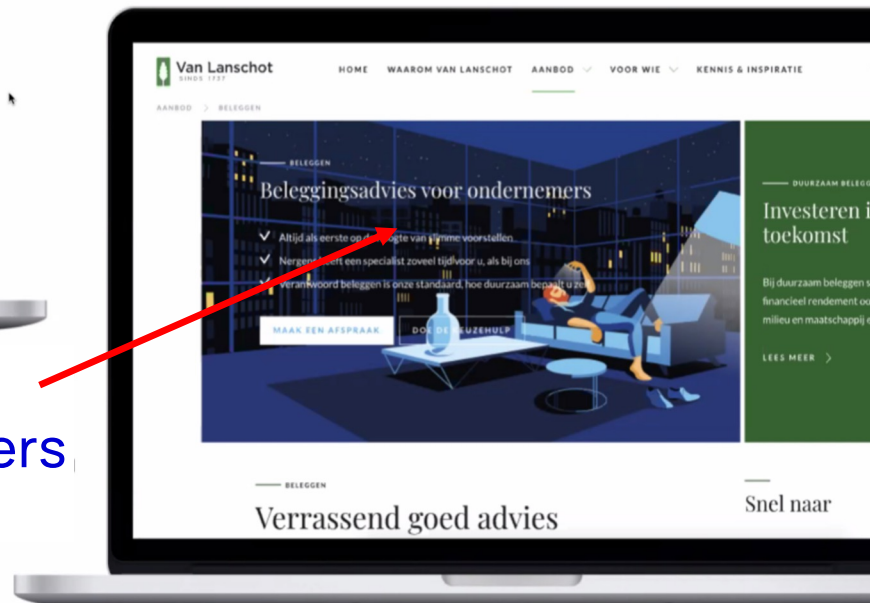


...waarom dan niet je homepage?!



Anonieme bezoeker

Voor ondernemers



Nou ik weet wel
wat redenen ;-)

*"From personalised
greetings to
recommended content,
personalisation is
everywhere.*

*The problem is that
it often doesn't work."*

Je hebt nog geen **tool**

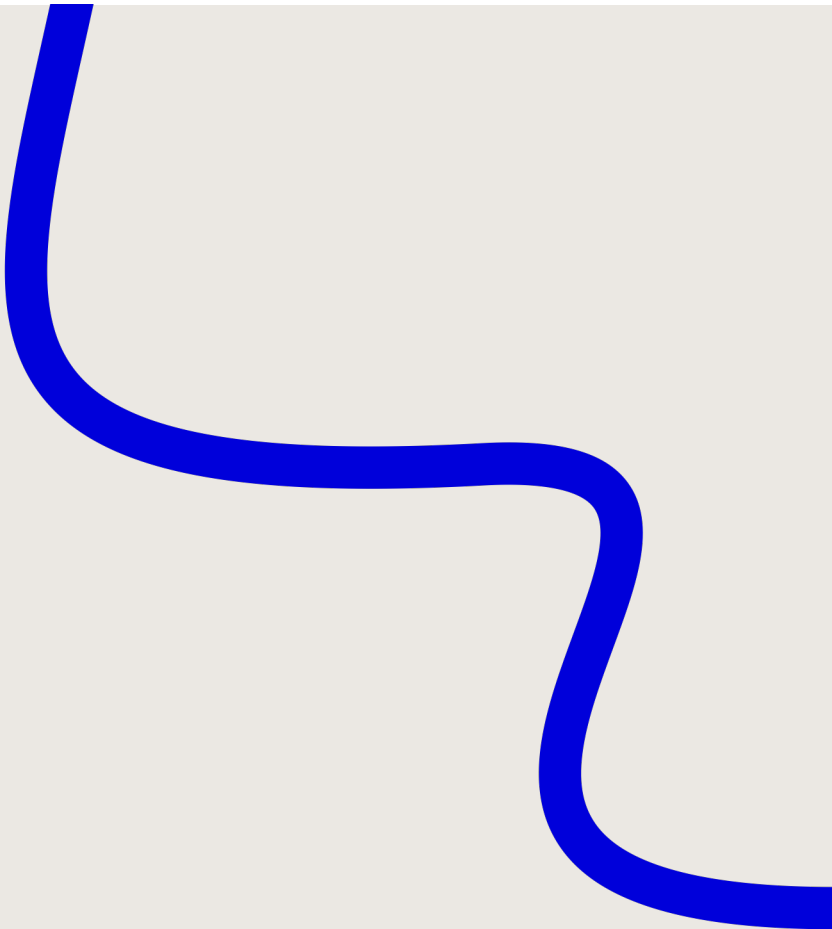
Je hebt geen **capaciteit**

Je hebt je **persona's** niet in orde

Je hebt geen **passende content**

Je hebt de **klantreis** niet in beeld

Je bezoekers geven geen **consent**



De juiste tool

Marketing Technology Landscape

The Martech 5000

Total Solutions 8,000

Advertising & Promotion 922

Content & Experience 1,936

Social & Relationships 1,969

Commerce & Sales 1,314

Data 1,258

Management 601

Access all the data of this landscape & more at martech5000.com

2019
7,040 solutions

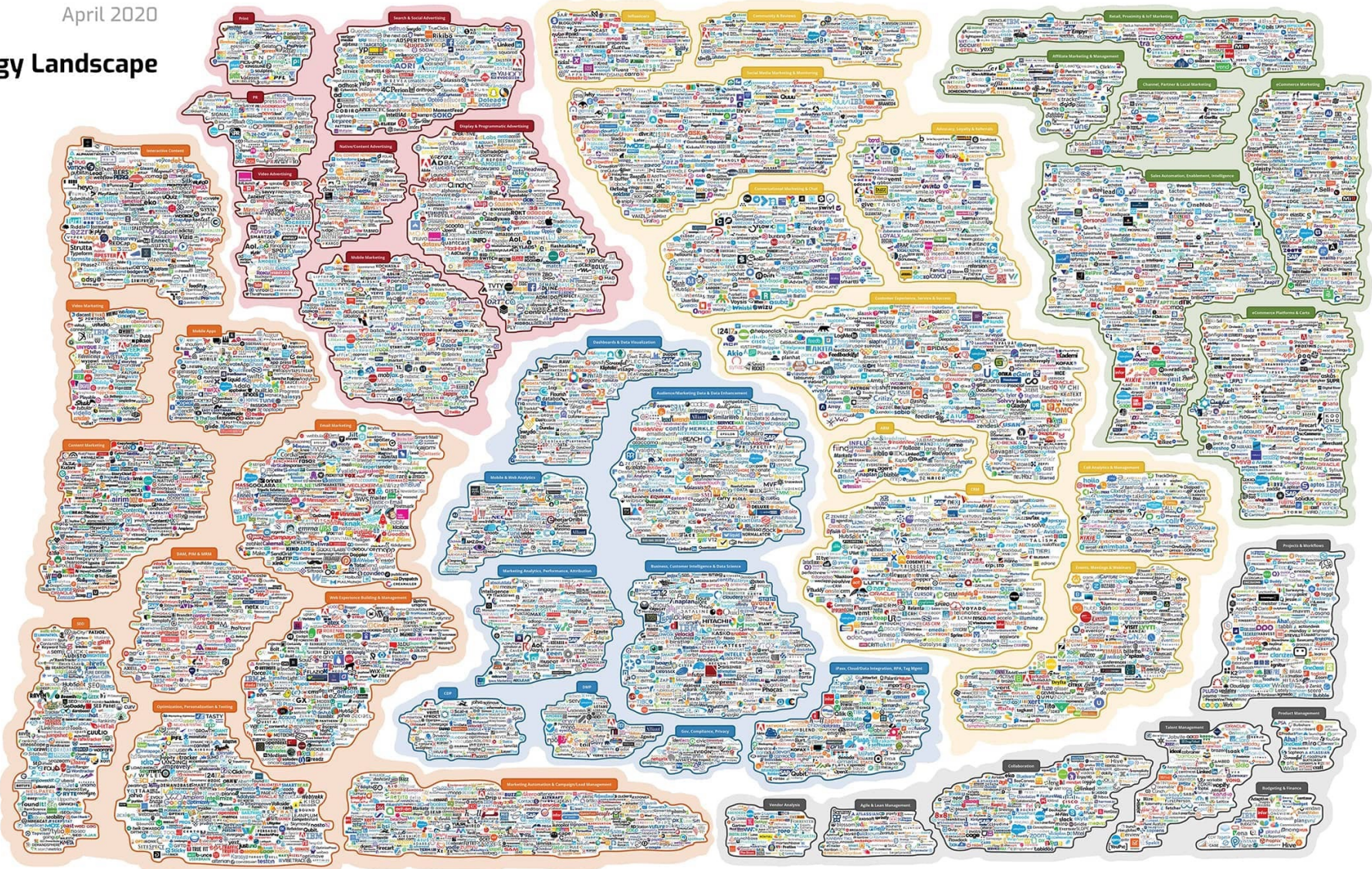
2018
6,629 solutions

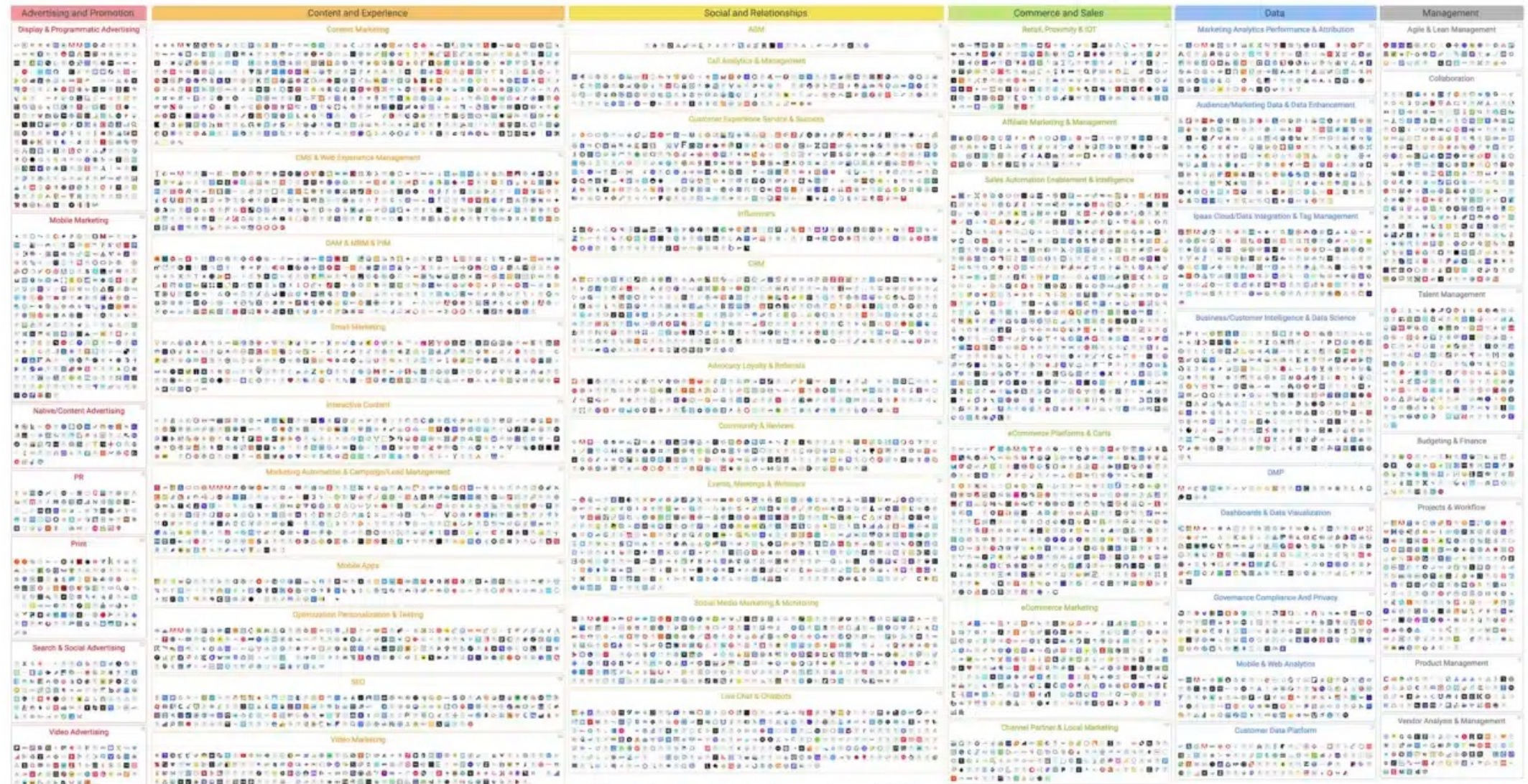
2017
5,381 solutions

2016
3,874 solutions

2015
1,676 solutions

2014
947 solutions





visit martechmap.com to search, sort & filter

Zelfs met de juiste tooling is het nog niet makkelijk...

Subject: Er is een Software-update beschikbaar voor je ID.3.

From: klantcontact@zijm.nl - To: eddy.boeve@freedom.nl - Cc: - Date: 3 March 2021 at 10:22



Nieuwe software-update
Beschikbaar voor je ID.3

Beste [KLANT_VOORNAAM],

Net zoals bij een smartphone blijven we ook de software van je ID.3 updaten en upgraden. Zo blijft je ID.3 optimaal presteren, kan je gebruik maken van nieuwe functies en haal je dus elke dag het beste uit je auto. We willen je daarom graag uitnodigen om de nieuwste update te laten uitvoeren.

Omdat het hier om een grote software-update gaat, is het nodig om hiervoor bij de Volkswagen dealer langs te gaan. De afspraak is kosteloos en het updaten duurt ongeveer een werkdag. Wij zorgen voor vervangend vervoer of onze gratis haal- en brengservice.

Op korte termijn nemen we telefonisch contact met je op om de afspraak te plannen. Als je niet wilt wachten dan kun je ook zelf even bellen of online een afspraak inplannen.

Met vriendelijke groet,
Zijm Volkswagen

Ken je We-Connect al?

Met Volkswagen We-Connect koppel je jouw ID.3 aan je smartphone. Vanaf de bank je auto voorverwarmen of -koelen. Handig op een warme dag lekker koel kunt vertrekken. Je kunt bovendien de auto laadt door een dagpatroon in te stellen. Elke ochtend kun je zorgen dat jouw ID.3 opgeladen klaar staat voor vertrek.

Koppel je Smartphone direct

Steunhaak én fietsendrager nu extra voordelig.

Maak je ID.3 helemaal af met een steunhaak én fietsendrager. Hoewel de ID.3 geen trekgewicht aan kan, behoort een fietsendrager wel tot de mogelijkheden. En die hebben we nu extra scherp geprijsd. Combineer je de fietsendrager met de aanschaf en montage van een steunhaak? Dan heb je extra voordeel.

Bekijk de combideal!

Inhoud ID. Software-update 2.1

- Verbeteringen en fixes, mede dankzij de feedback en suggesties van ID.3 rijders
- Activering AR-toepassingen voor het head-up display (ID.3 Max)
- Activering van App-Connect voor een optimale integratie met je smartphone. Hierdoor worden drie nieuwe interfaces aangeboden: Apple CarPlay™, Android Auto™ van Google™ en MirrorLink®.
- **Nieuw:** timer instellen om je Volkswagen (op afstand) voor te verwarmen of te koelen
- **Nieuw:** laadsessies starten op een vooraf ingesteld tijdstip
- Adaptive Cruise Control is geheel vernieuwd en maakt nu Car2X

Dus ik heb
net het
volle pond
betaald!



Dominik Zane

Aan undefined undefined

15:00

My name is Undefined.
Undefined Undefined.

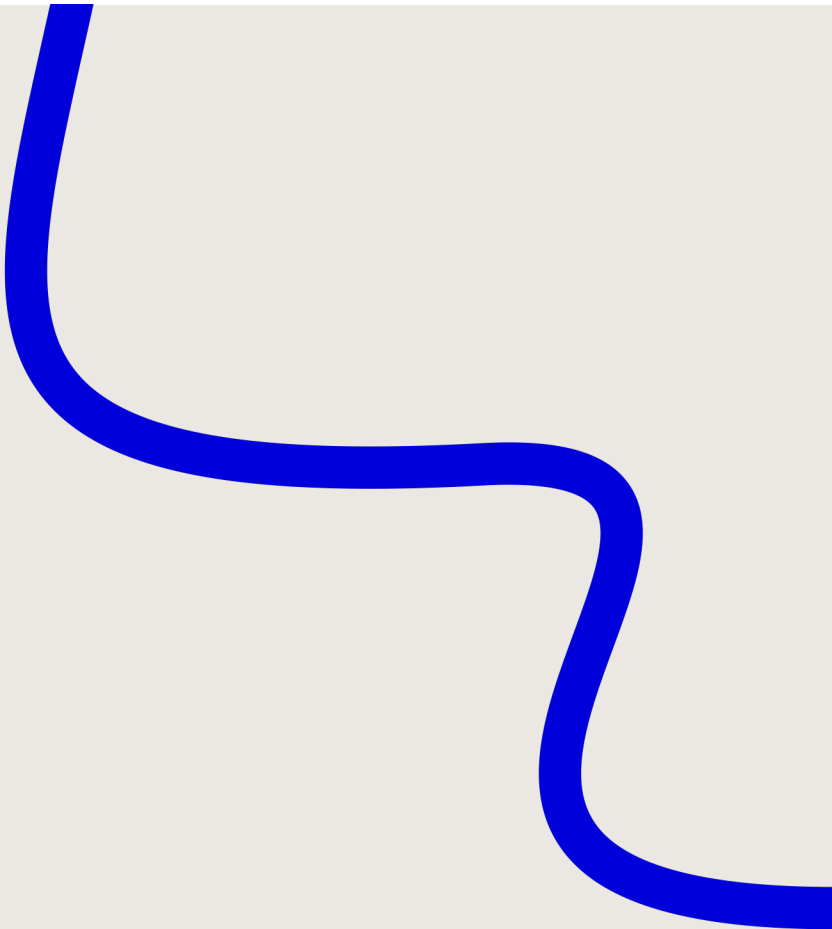
Hi undefined,

I noticed it's been a few months since you've had a meeting in Around. We'd hate for you to go without at least letting you know about some of the cool stuff we've been working on while you were gone!

Here's some of the [newer features](#) we've launched since you last used Around. We'd love for you to check them out:

- **Support for Larger Meetings:** Around can now support up to 50 people in meetings! You can also see a list of all attendees, as well as scroll through everyone's video circles.
- **Timer:** You can now set a timer in Around meetings to





Persona's / Segmenten

Persona's

[King Charles](#), former Prince Charles



Male

Born in 1948

Raised in the UK

Lives in a castle

Married twice

Wealthy

Famous

Persona's

King Charles, former Prince Charles



Ozzy Osbourne, "Prince of Darkness"



Male

Born in 1948

Raised in the UK

Lives in a castle

Married twice

Wealthy

Famous

Persona's moeten *niet* gaan over demografische feiten.

Persona's moeten de **problemen**, **uitdagingen** en **emoties** ("pains" & "gains") van mensen beschrijven.

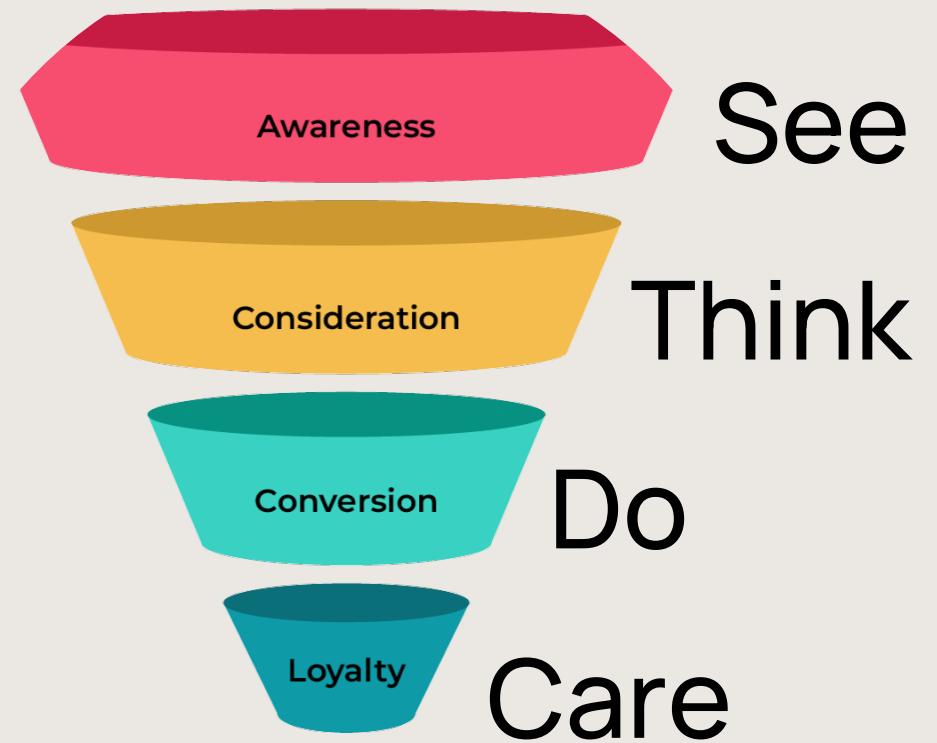
Breng je persona's tot leven: Buyer Persona's



Klantreis

Marketing funnel - Buyer's journey

- Kies een model:
 - Attention - Interest - Desire - Action - Satisfaction (AIDAS)
 - Touch - Tell - Sell - Care
 - See - Think - Do - Care
- Bepaal doelen en KPI's per fase:
 - Reach - Traffic - Engagement - Conversion
- Creëer *touch points* per fase:
 - Advertentie - Blog - Productpagina - Servicepagina



social proof

Begin funnel



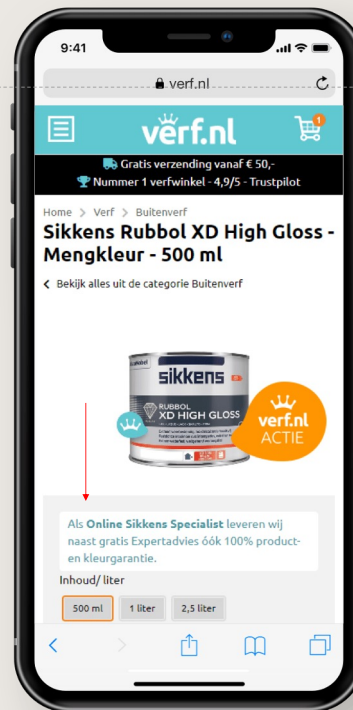
9.6 Onze klanten beoordelen ons gemiddeld met een 9.6. Zij vertellen het volgende:

10.00

A Bootsma

Wat een snelle levering, s'avonds besteld en de volgende dag om 13.00 in huis! Ik heb bij verf.nl besteld vanwege voordelige prijzen, als ook voordelige verzendkosten. Top site!

autoriteit



urgentie en hulp

Einde funnel



Sikkens Alphacryl Pure Mat SF - 

Bestel vóór 21:00 en dit product wordt vandaag nog verzonden!



Stel je vraag aan onze experts 

Op dit moment zijn onze experts niet aanwezig. Als je een e-mail stuurt dan krijg je zo snel mogelijk een reactie!

[Neem contact op](#)



Sikkens Rubbol XD High Gloss 

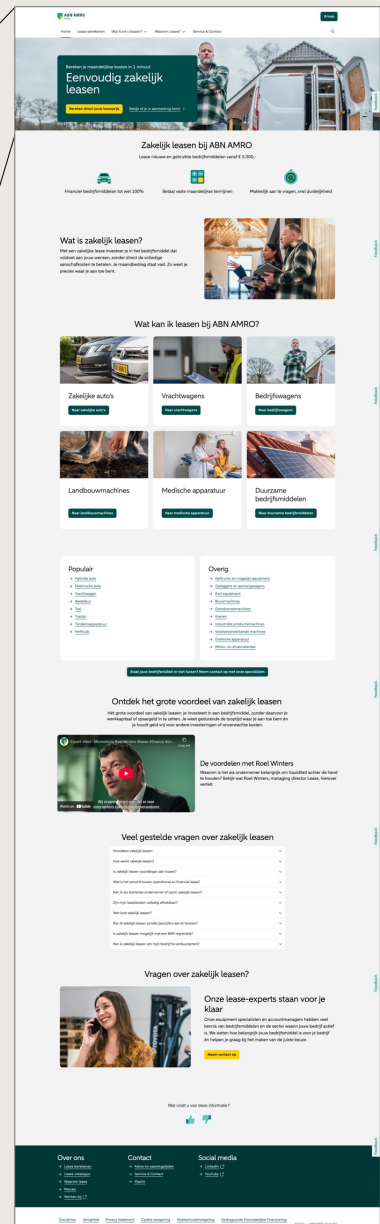
Als **Online Sikkens Specialist** leveren wij naast gratis Expertadvies óók 100% product- en kleurgarantie.

Timing is alles

De beste personalisatie voelt niet als personalisatie: het voelt als timing.

Het juiste moment waarop je precies krijgt wat je nodig hebt, zonder dat je hoeft uit te leggen waarom.

Capaciteit



Wat gaan we personaliseren?

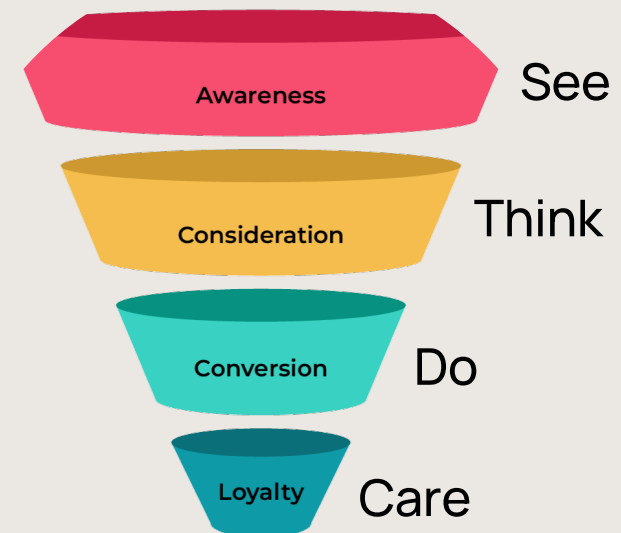
Titel: **Eenvoudig zakelijk leasen**

Subtitel: *Bereken je maandelijkse kosten in 1 minuut*

Primaire CTA: Bereken direct jouw leaseprijs →

Secundaire CTA: Bekijk of je in aanmerking komt

In welke fase zitten deze teksten en CTA's?



Wat gaan we personaliseren?

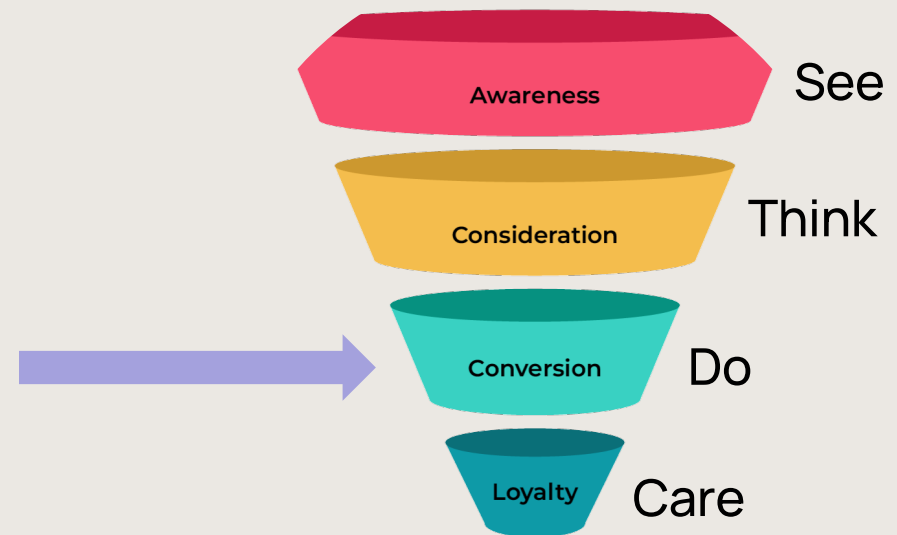
Titel: **Eenvoudig zakelijk leasen**

Subtitel: *Bereken je maandelijkse kosten in 1 minuut*

Primaire CTA: Bereken direct jouw leaseprijs →

Secundaire CTA: Bekijk of je in aanmerking komt

In welke fase zitten deze teksten en CTA's?



Voor wie gaan we personaliseren?

Segmentatie op bedrijfsgrootte:

1. MKB segment (1-250 medewerkers)
2. Grootzakelijk segment (250+ medewerkers)

Segmentatie op sector/gebruik:

3. Transport & Logistiek
4. Duurzame mobiliteit
5. Bouw & Industrie
6. Zorg & Dienstverlening
7. Agrarische sector

Segmentatie op gedrag:

8. Klanten via Intermediair
9. Direct-aanvraag klanten
10. Via ABN AMRO



Oefening: Maak varianten van deze teksten

Variant A:

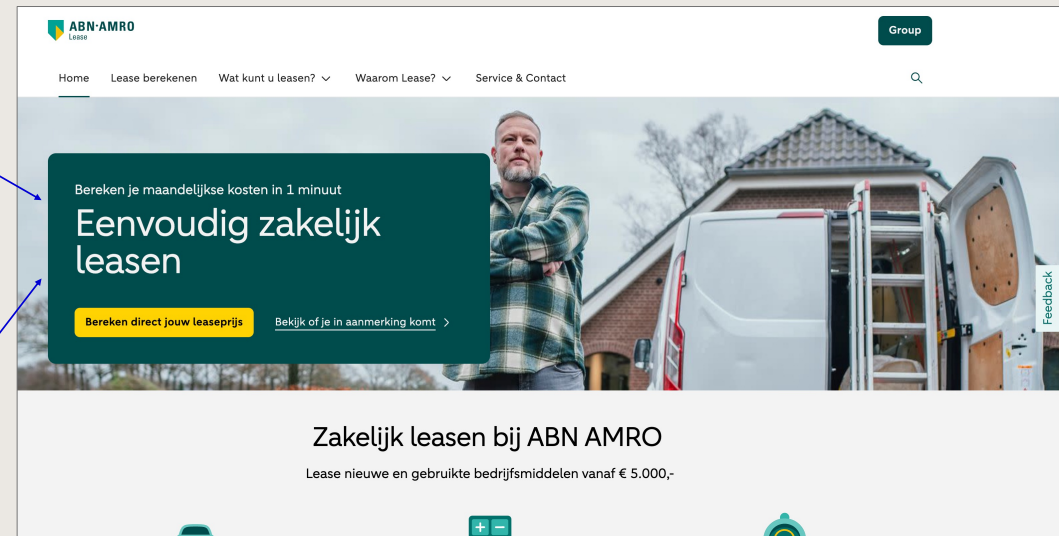
See / Awareness

fase

Variant B:

Think / Consideration

fase



Weer een getal...

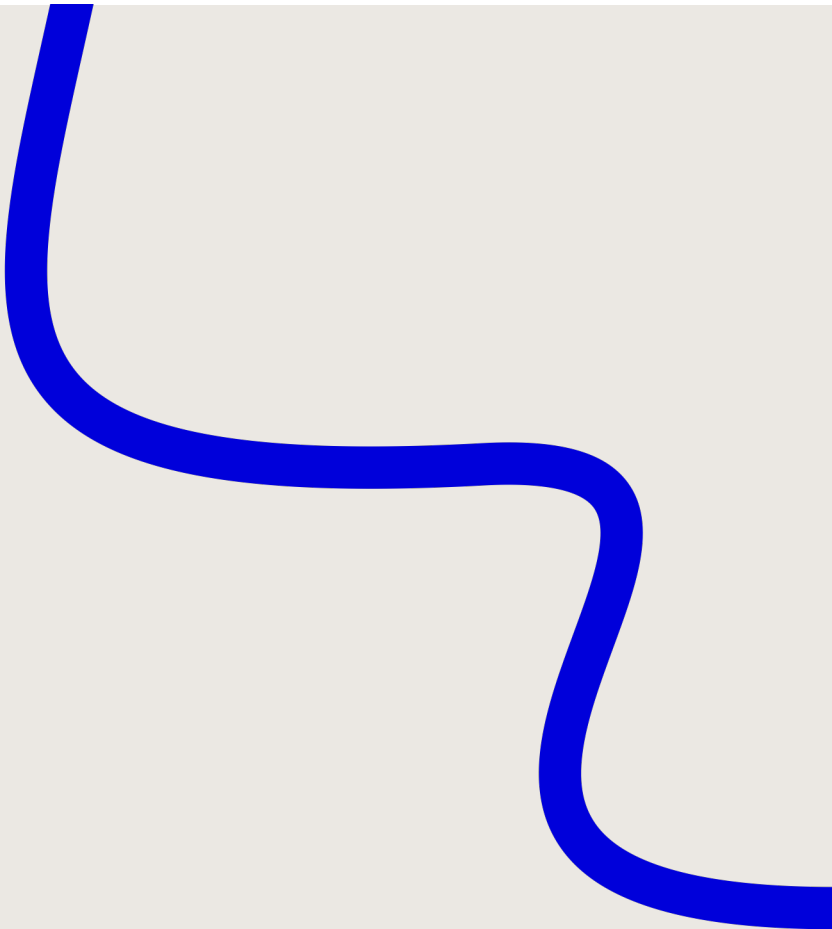
$$4 \text{ (Titel + subtitel + primaire CTA + secundaire CTA)} * 3 \text{ (See + Think + Do)} * 10 \text{ (# segments)} =$$

120

varianten

En deze laten we dan nog buiten beschouwing:

- ~~Communicatie: Aangepaste tone-of-voice en timing~~
- **Content:** Sector-specifieke casestudies en ROI calculators
- **Producten:** Relevante leaseopties en aanvullende diensten
- **Proces:** Vereenvoudigde vs. uitgebreide aanvraagprocedures
- **Experts:** Juiste specialisten per sector/bedrijfs grootte



Consent

Herken je dit?

Een willekeurige website

Bij Pure Energie lev Ga door zonder toestemming 0%

Hoi daar!
Wij zijn de cookies

We hebben gewacht om er zeker van te zijn dat je geïnteresseerd was in de inhoud van deze website voordat we je lastigvielen, maar we zouden dolgraag je metgezellen zijn tijdens je bezoek...

[Lees ons privacybeleid](#)

Hier is waarom we cookies gebruiken.

- Deel analytische gegevens, advertentiegegevens, gebruikersgegevens en gepersonaliseerde advertentiegegevens met Google
- Publiekmeting & Analyse
- Het promoten van onze producten en diensten optimaliseren

Toestemmingen gecertificeerd door alexpertio

Laat mij kiezen Oké!

Intussen bij
iO....

Bij Buienradar

← **Partners voor Infoplaza Network B.V. selecteren** ×

U kunt uw voorkeuren met betrekking tot toestemmingen voor elke partner hieronder apart instellen. Klik op de naam van een partner voor meer informatie over wat er gebeurt, welke gegevens worden verzameld en hoe deze worden gebruikt.

Alle partners

Blokkeren	✓ Goedkeuren
Blokkeren	✓ Goedkeuren

H

^ **Haensel AMS GmbH**

✓ **Gegevensverwerking volgens toestemming**

Meer informatie over Haensel AMS GmbH en de manier waarop deze partner gegevens verwerkt kunt u vinden in het bijbehorende [privacybeleid](#).

✓ Happydemics IAB TCF

✓ Gebruikersinformatie bekijken

Opslaan

About cookies on this site

We use cookies to collect and analyse information on site performance and usage, to provide social media features and to enhance and customise content and advertisements.

[Learn more](#)

Allow all cookies Deny all Cookie settings

14:19 Buienalarm

Haensel AMS

GET A DEMO

ERROR

We use cookies and similar technologies for analytical purposes only. The data is anonymized and used to ensure basic functionalities of the website and to offer you the best possible user experience. We will not use any data for remarketing purposes and no data will ever be shared with any 3rd party. By using our website, you agree to the use of cookies. Information about cookies and their deactivation can be found in our

Okay

I'm not okay with that

[Cookie Policy](#) [Privacy Statement](#) [Imprint](#)

haensel-ams.com

Cookie policy

[Cookie Settings](#)

General

What is the cookie policy?

This cookie policy ("Cookie Policy") regulates the use of cookies and similar technologies as part of your use of our Website (the "Website") and the accompanying services (jointly referred to hereinafter as "Services"). This processing is performed by IO Group as data controller, with registered office at Zavelhof 16, 2200 Herentals, Belgium ("we", "our"), registered with the CBE (Dutch Data Bank for Internet) under number BE02730771 in accordance with the applicable legislation relating to the protection of personal data.

What are cookies?

Cookies are small text files that are filed on the hard drive of a device and that contain certain information, which sometimes includes personal data. When you use our Website and/or Services, we then also collect and process other personal information by way of cookies and similar technologies. Read our [Privacy Policy](#) if you want to know more.

What is this policy for?

By clicking "Accept" after you have been notified of the use of cookies and similar technologies, you acknowledge that you have carefully read this Cookie Policy and that you unreservedly agree with it. As explained in the Cookie Policy, you can change your cookie preferences at all times.

Will this ever change?

We reserve the right to change, supplement or replace this Cookie Policy from time to time. Your attention will be drawn to such changes, additions to or replacements through our Website and/or Services. If you do not agree with these changes, additions or replacements, we request you to send an email to info@digid.nl. If we have not received any notification of this within three (3) working days after you have been notified of the changes, supplements or replacements through our Website or Services, you will be presumed to have accepted any changes, supplements or replacements.

Which cookies and why?

Cookie list

A cookie is a small text file containing data that a website (such as our website) wants to store on your device in order to remember information about you, such as your language preference or login information. These cookies are set by us and are called internal cookies. We also use external cookies. These are cookies from a different domain than where you are located. We use them for advertising and marketing purposes. In particular, we use cookies and other tracking technologies for the following purposes:

Most cookies are only used by our Website and are therefore only accessible to us. However, when we use external processors (e.g., advertising companies or companies that provide functions for our site), they may also have access to certain cookies.

Since our website uses Google services, we refer to Google's information page (<https://business.google.com/privacy/>) regarding the processing of personal data.

I don't want cookies

You can prevent cookies from being stored or remove cookies already stored by adjusting the settings in your browser. You find help to adjust these settings on the website of the browser that you use. Remember that disabling cookies when visiting the Website may cause some or all of the functions of the Website not to work properly.

Internet Explorer: <https://support.microsoft.com/en-gb/help/7242b7d6-283e-47e8-8410-f11166afa974?os=Windows&ad=NL&id=1166afa974>

Microsoft Edge: <http://windows.microsoft.com/en-gb/windows-10/edge-privacy-faq>

Chrome: <https://support.google.com/chrome/answer/95647?co=GENE&form=CS&context=web&oco=2>

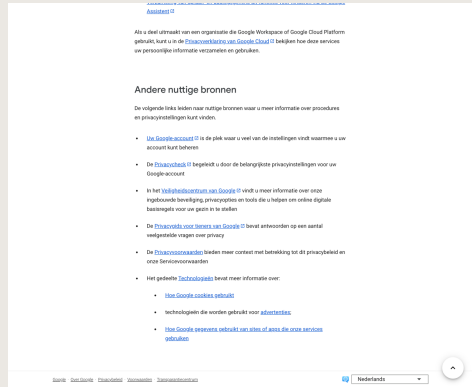
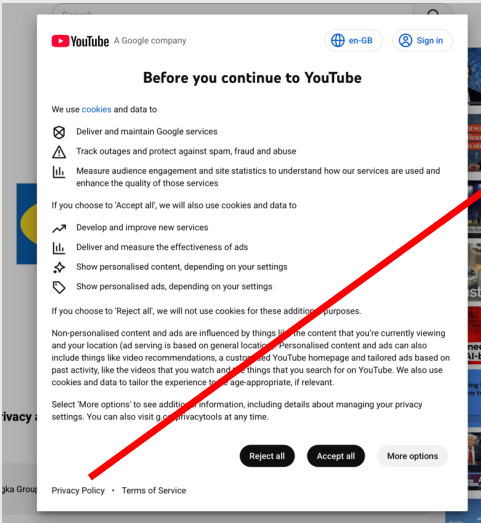
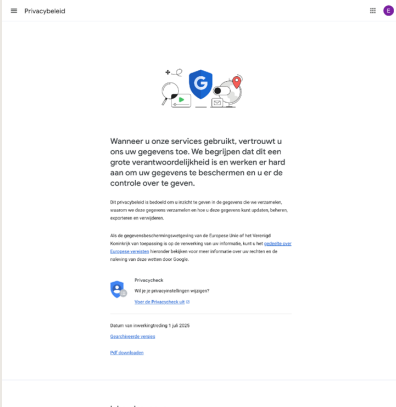
Firefox: <https://support.mozilla.org/en-US/kb/enable-and-disable-cookies-website-preferences>

Safari: <https://support.apple.com/en-be/answer/70911421mac>

I have a complaint

If you have a complaint regarding our processing of your personal data, you can always contact us at the following email address: info@digid.nl. If you are not satisfied with our answer, then you are at liberty to file a complaint with the competent data protection authority, the Belgian Data Protection Authority. For more information, go to www.dataprotectieautoriteit.be.

Heb jij het gelezen?



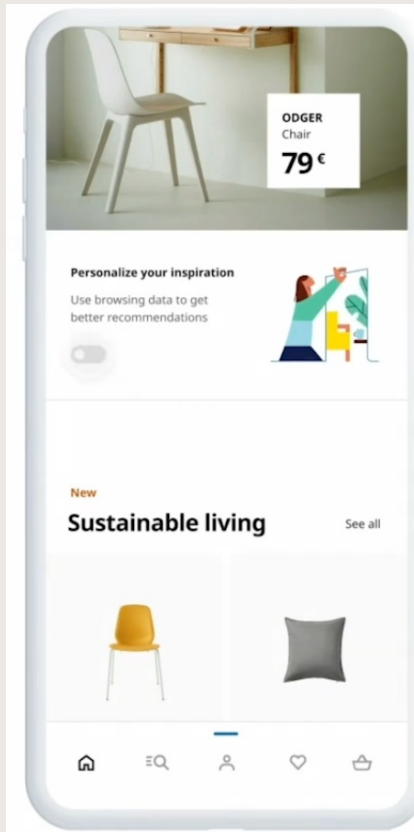
“The new IKEA Data Promise gives privacy and transparency to customers”



Barbara Martin Coppola

Chief Digital Officer for Ingka Group

IKEA's privacy-first benadering



Het probleem:

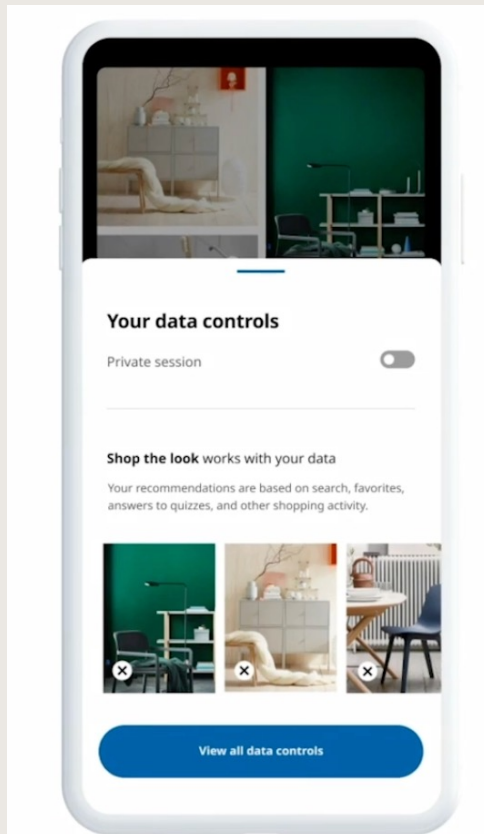
Klanten missen begrip, vertrouwen en transparantie over hun data.

De huidige privacybeleidsregels zijn lang en verwarrend, opgeschreven in juridische documenten.

IKEA's oplossing: privacy-first benadering

1. **Begrijpen** - Duidelijke, contextuele uitleg van datagebruik.
2. **Controle** - Gebruikers bepalen hoe, wanneer en waar hun gegevens worden gebruikt.
3. **Voordeel** - Klanten halen gepersonaliseerde waarde uit het delen van data.

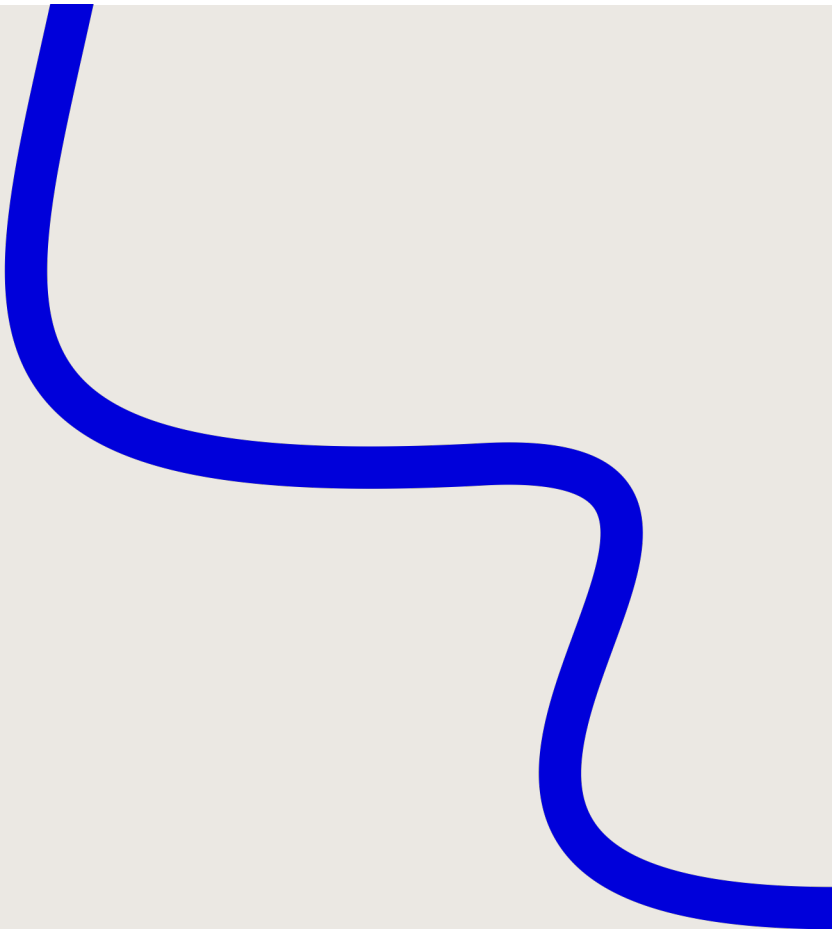
IKEA's Mensgerichte Datarevolutie



Belangrijke innovatie:

- Contextuele gegevensbedieningspaneel (blauwe lijn-functie).
- Realtime privacyschakelaars in de content.
- Privésessiemodus.
- Transparante uitleg van datagebruik in de juiste context.

"Het creëren van een win-winsituatie waarbij het respecteren van de gegevens van de bezoekers zowel goed ondernemen als het juiste is."



Passende Content

Epsilon Research over gepersonaliseerde content:

65% van de respondenten zegt dat merken de afgelopen jaren **beter zijn geworden** in het personaliseren van reclame en marketing, maar **91%** ziet elke dag minstens **één irrelevante advertentie**.

66% van de respondenten zegt dat ze **merken negatief zien** wanneer ze **onjuiste informatie** over hen opnemen in hun reclame en boodschap.

Slechts **45%** van de respondenten voelt dat ze **enige controle** hebben over hoe merken met hen omgaan.

Personalisatie bij Essity (zewa.de)

Terugkomers krijgen innovatieproducten te zien



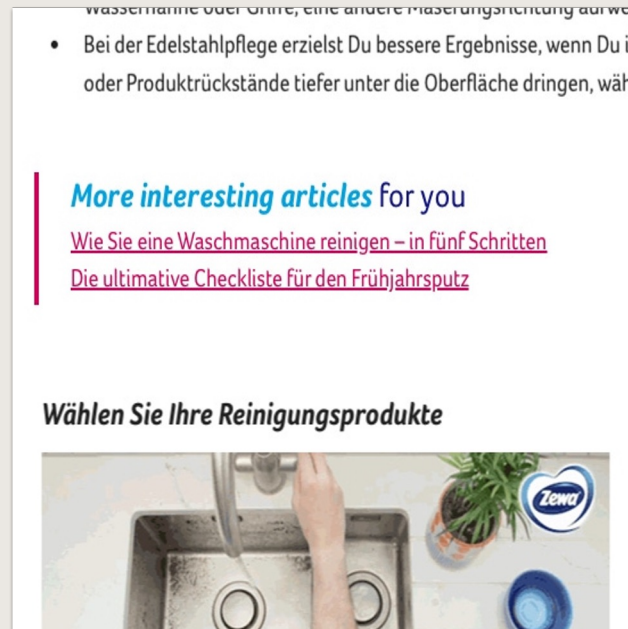
Nieuwkomers krijgen productcategorieën te zien

Personalisatie bij Essity

Control

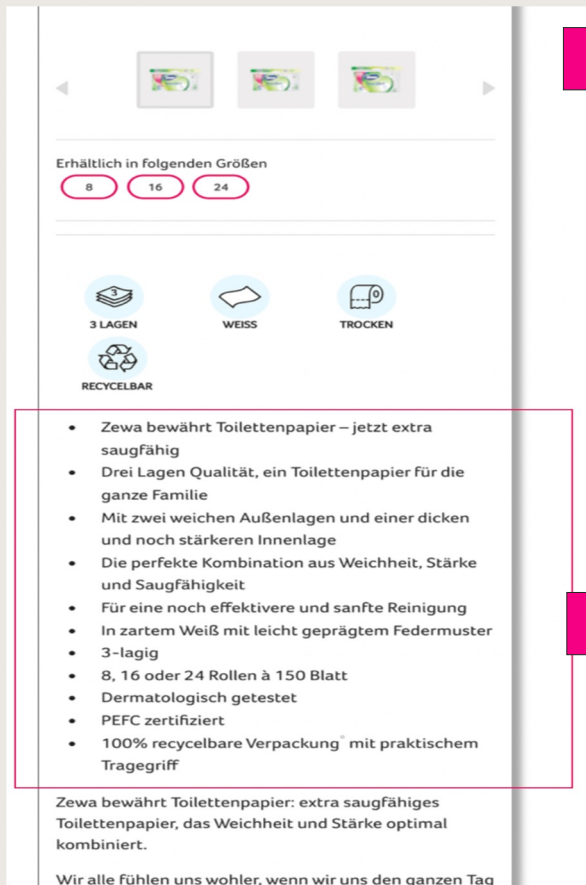


Hygiëne



Jonge ouders,
geïnteresseerden in
huisdieren,
duurzaamheid,
koken en hygiëne
krijgen gerelateerde
links te zien.

USP's per segment



Erhältlich in folgenden Größen

8 16 24

3 LAGEN
WEISS
TROCKEN
RECYCLBAR

- Zewa bewährt Toilettenpapier – jetzt extra saugfähig
- Drei Lagen Qualität, ein Toilettenpapier für die ganze Familie
- Mit zwei weichen Außenlagen und einer dicken und noch stärkeren Innenlage
- Die perfekte Kombination aus Weichheit, Stärke und Saugfähigkeit
- Für eine noch effektivere und sanfte Reinigung
- In zartem Weiß mit leicht geprägtem Federmuster
- 3-lagig
- 8, 16 oder 24 Rollen à 150 Blatt
- Dermatologisch getestet
- PEFC zertifiziert
- 100% recycelbare Verpackung* mit praktischem Tragegriff

Zewa bewährt Toilettenpapier: extra saugfähiges Toilettenpapier, das Weichheit und Stärke optimal kombiniert.

Wir alle fühlen uns wohler, wenn wir uns den ganzen Tag

USP's Jonge ouders

USP's Duurzaamheid

- ✓ Dermatologisch getest
- ✓ Drei Lagen Qualität, ein Toilettenpapier für die ganze Familie



- Zewa bewährt Toilettenpapier – jetzt extra saugfähig
- Mit zwei weichen Außenlagen und einer dicken und noch stärkeren Innenlage
- Die perfekte Kombination aus Weichheit, Stärke und Saugfähigkeit
- Für eine noch effektivere und sanfte Reinigung
- In zartem Weiß mit leicht geprägtem Federmuster
- 3-lagig
- 8, 16 oder 24 Rollen à 150 Blatt
- PEFC zertifiziert
- 100% recycelbare Verpackung* mit praktischem Tragegriff

- ✓ PEFC zertifiziert
- ✓ 100% recycelbare Verpackung* mit praktischem Tragegriff



- Zewa bewährt Toilettenpapier – jetzt extra saugfähig
- Dermatologisch getestet
- Drei Lagen Qualität, ein Toilettenpapier für die ganze Familie
- Mit zwei weichen Außenlagen und einer dicken und noch stärkeren Innenlage

*"Personalisatie is als een goede gastheer zijn:
je anticipeert op de behoeften van je gast
zonder hen het gevoel te geven dat je door hun
persoonlijke spullen hebt gesnuffeld."*

Van Personalisatie naar Creepy



Stalker



Privacy-paradox



Kristallen bol

De Stalker

Je bekijkt één keer een dure laptop op een webshop.

De komende weken zie je overal advertenties voor precies diezelfde laptop, op sociale media, nieuwssites, zelfs in je mail.



DIRKJAN
Mark Retera
©ComicHouse



De Stalker

Waarom creepy:

- Te volhardend herhaling van één specifiek product.
- Geeft het gevoel je dat je door je hele digitale leven gevolgd wordt.
- Negeert dat je misschien al gekocht hebt of van gedachten bent veranderd.

Beter alternatief:

Na 3-5 impressies switchen naar gerelateerde producten of algemene merkboodschappen.

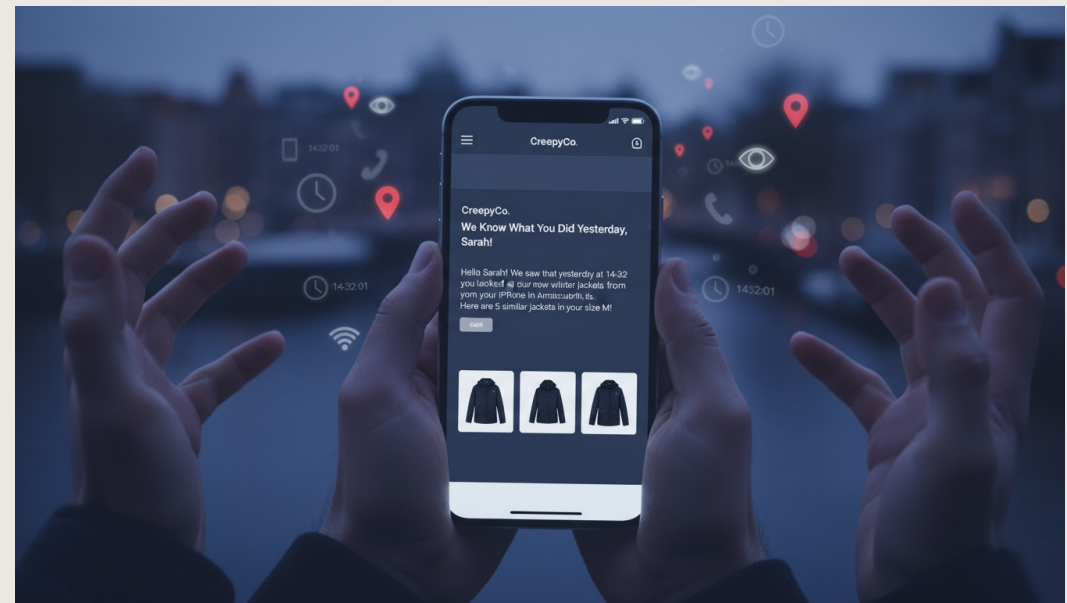


De Privacy-paradox

Je krijgt een gepersonaliseerde e-mail:

“Hallo Sarah! We zagen dat je gisteren om 14:32 naar onze nieuwe winterjassen keek vanaf je iPhone in Amsterdam.

Hier zijn 5 vergelijkbare jassen in jouw maat M!”



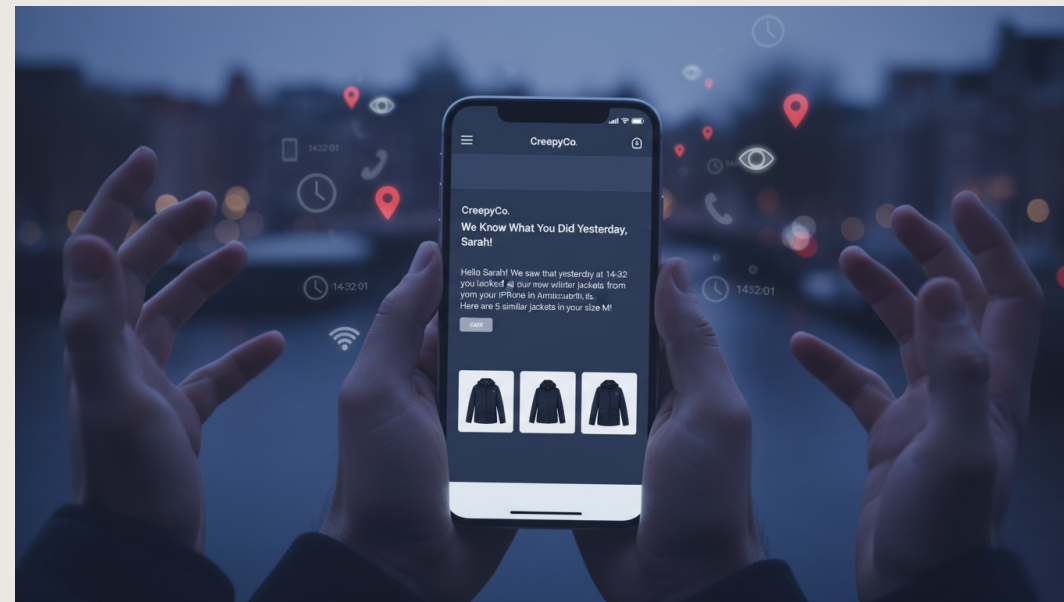
De Privacy-paradox

Waarom creepy:

- Te specifieke tijdstippen en locatiedata.
- Toont dat bedrijf meer weet dan je bewust hebt gedeeld.
- Voelt als binnendringen omdat het je fysieke locatie benoemt.
- Maakt je bewust van tracking waar je niet aan dacht.

Beter alternatief:

“Nieuwe winterjassen in ons assortiment”

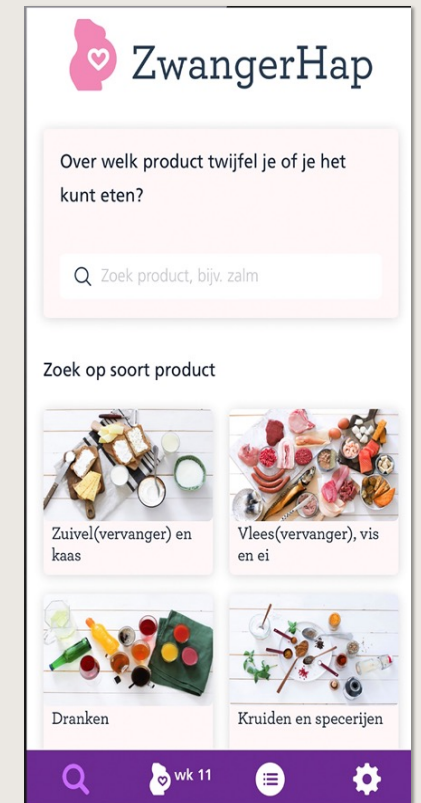
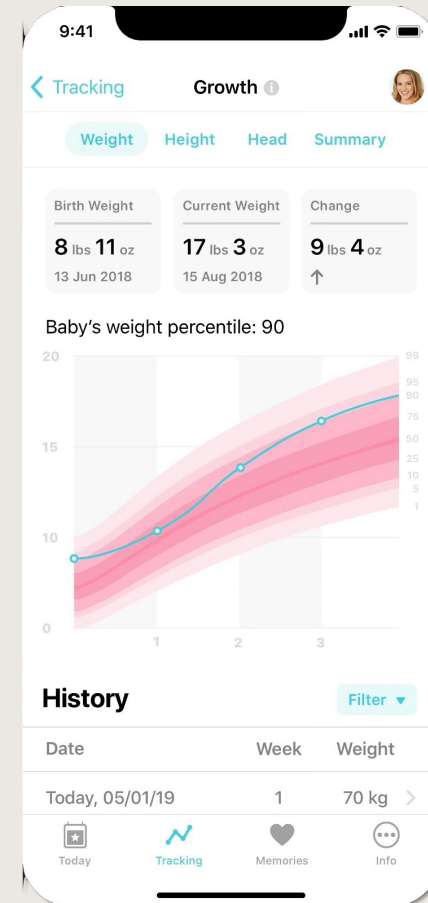


De Kristallen bol

Je krijgt opeens e-mails over zwangerschapsproducten terwijl je nog niemand hebt verteld dat je zwanger bent.

Het algoritme heeft het afgeleid uit **je aankoop- en klikgedrag**:

- Zwangerschapstest
- Foliumzuur
- Bepaalde vitaminemerken
- Downloaden van apps (Philips Baby+, Zwangerhap)
- Aanvraag Babybox
- Zoeken naar crèches in de buurt, ...



De Kristallen bol

Waarom creepy:

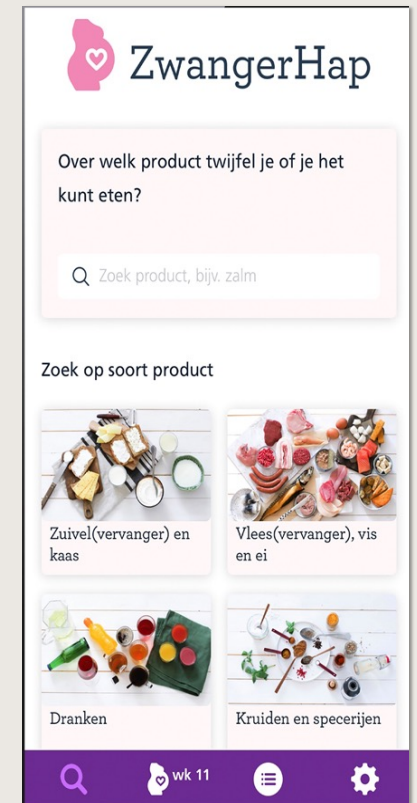
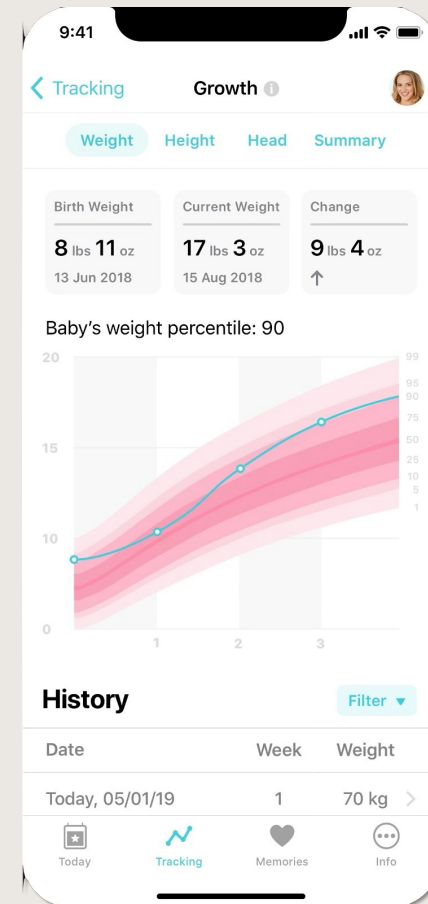
- Voorspelt zeer persoonlijke levensmomenten.
- Kan gevoelige informatie onthullen aan huisgenoten.
- Voelt als een inbreuk op je privacy, zelfs als data "anoniem" is.
- Kan pijnlijk zijn als voorspelling incorrect is (bijv. na miskraam).

Beter alternatief:

Wacht tot klant zelf signaleert (aanmelding nieuwsbrief, expliciete zoekacties) voordat je op persoonlijke mijlpalen inspeelt.

Gouden regel:

Als je bezoeker zou denken "Hoe weten ze dat?!" in plaats van "Wat handig!", ben je de grens gepasseerd.



NIKE RUNNING SHOE FINDER

HOW WILL YOU USE
YOUR NIKE SHOES?

Running

Walking

Track and Field

Cross-Country

Next >

HOW WILL YOU USE
YOUR NIKE SHOES?

Running

Walking

Track and Field

Cross-Country

Next >

WHAT FEEL DO
YOU PREFER?

Each cushioning type has its own benefits and distinct feel.

[Learn More](#)

Supportive Cushioning

Maximum Cushioning

Next >

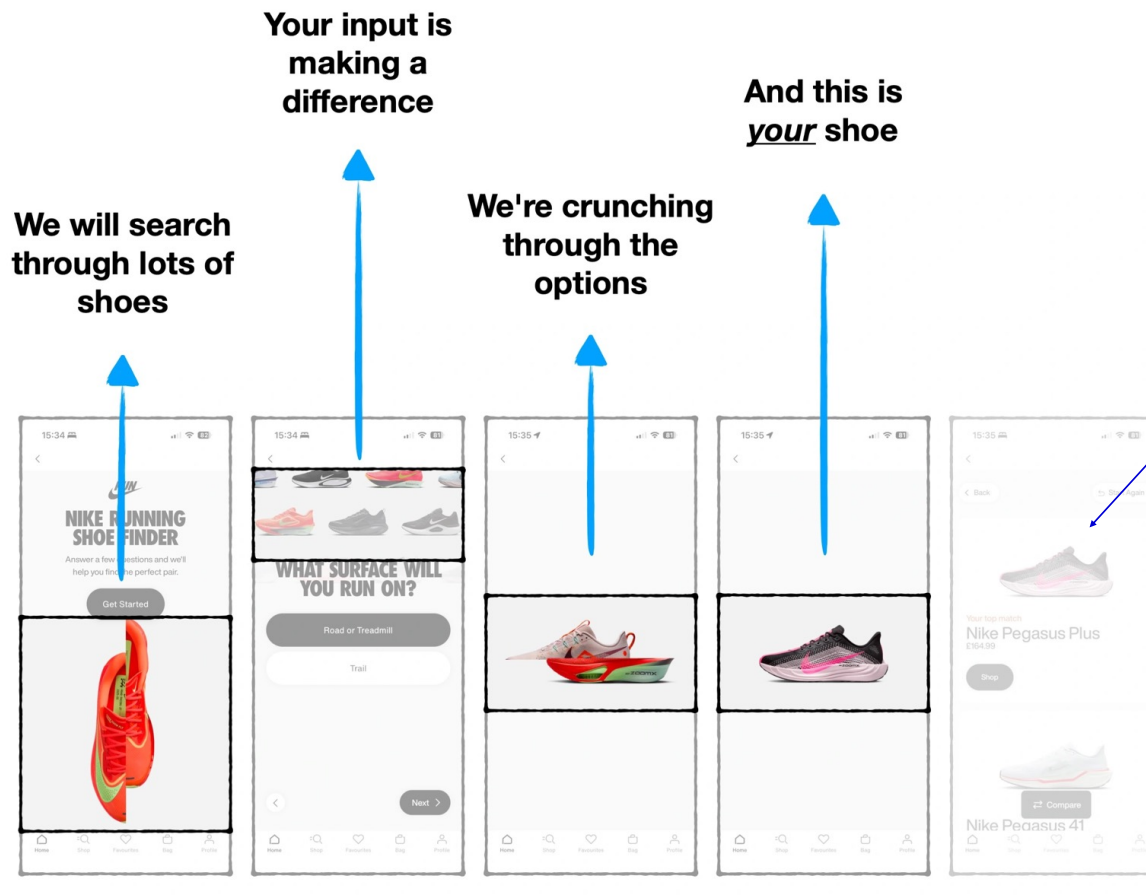
< Back

Start Over >

Your Top Match
Nike Structure 26
\$145



NIKE RUNNING SHOE FINDER



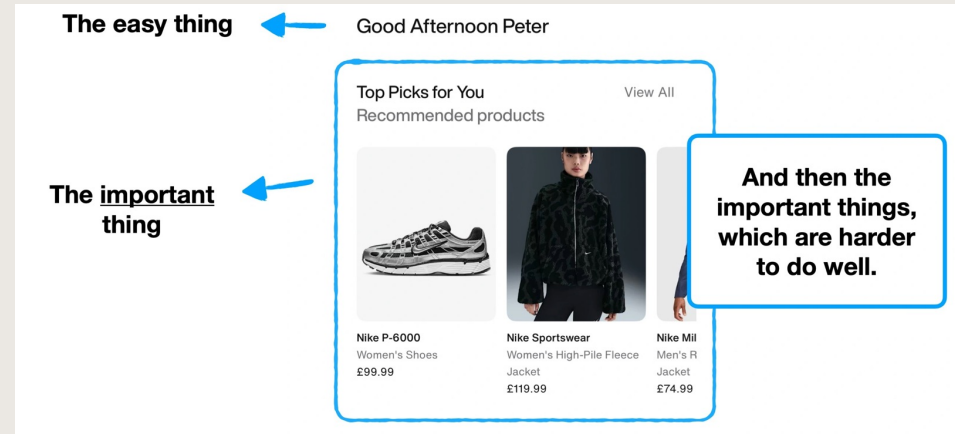
“De uitkomst is niet effectief als de kopers niet geloven in het proces.”

Waarom personalisatie wél werkt bij Nike



Personalisatie moet betekenisvol zijn, niet cosmetisch

- Nike laat zien dat personalisatie overtuigt wanneer het zichtbaar en begrijpelijk is.
- De matchinganimatie toont waarom een aanbeveling relevant is en wekt direct vertrouwen.
- Echte relevantie verhoogt conversie, klikratio en klantwaarde.
- De gebruiker moet niet alleen iets persoonlijks zien, maar vooral begrijpen hoe het tot stand komt.

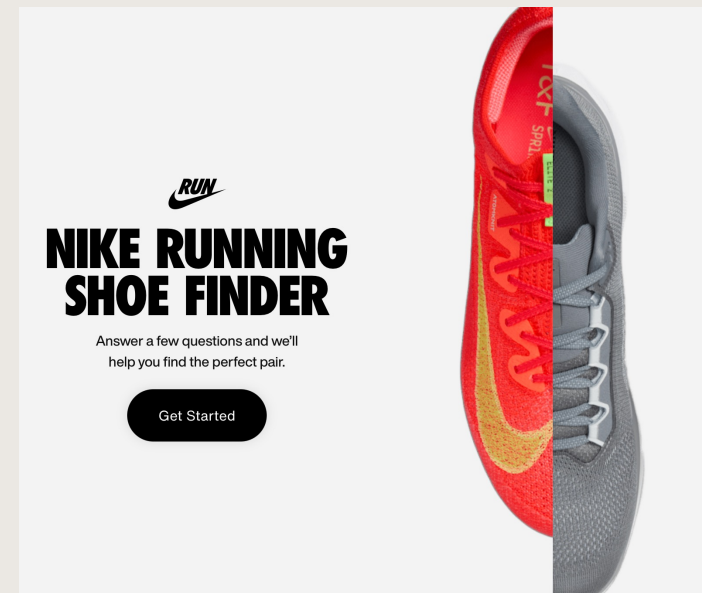


De Nike les: maak de logica zichtbaar



Visuele logica creëert geloofwaardigheid

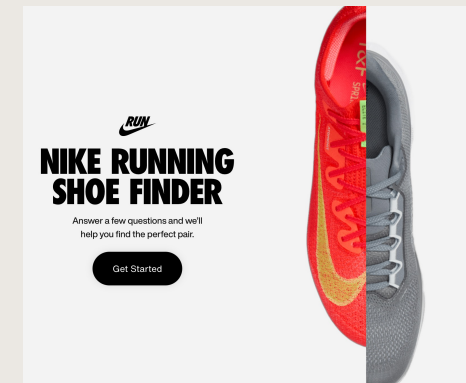
- De animatie met schoenen die gematcht worden voelt persoonlijk omdat de gebruiker de redenering kan volgen.
- Hierdoor ontstaat het gevoel dat de aanbeveling echt voor jou is, niet voor iedereen.
- De aanbeveling voelt daardoor eerlijker, slimmer en minder commercieel.
- Zonder deze zichtbare logica wordt dezelfde aanbeveling snel als generiek ervaren.



Waardoor personalisatie niet eng wordt

Relevantie, timing en transparantie

- Laat zien waarom een aanbeveling past, net zoals Nike doet met de match-animatie.
- Gebruik alleen personalisatie die echte waarde toevoegt voor de gebruiker.
- Wacht op gedrag en voorkeurssignalen voordat je diepgaande personalisatie inzet.
- Vermijd veronderstellingen over de gebruiker en laat het tempo bij hen.
- Geef controle: opties om voorkeuren te beheren of personalisatie te verfijnen.



Eddy Boeve

eddy.boeve@iodigital.com

+31(6)21557571

Experience is everything

www.iodigital.com



Eddy Boeve

eddy.boeve@iodigital.com

+31(6)21557571

Experience is everything

www.iodigital.com



Eddy Boeve

eddy.boeve@iodigital.com

+31(6)21557571

Personalisation is everything

www.iodigital.com



Eddy Boeve

eddy.boeve@iodigital.com

+31(6)21557571

Personalisation is everything

Heb jij, {your_name}, nog vragen?

www.iodigital.com

