

PERSDOSSIER

DESelect 



PERSDOSSIER

INHOUDSTAFEL

	Intro: DESelect, snelle en efficiënte segmentatie voor marketeers	p. 3
1.	Oplossingen: DESelect helpt marketeers snel en efficiënt de juiste doelgroep te bepalen	
	a. Technisch bijzonder innovatief	p. 4
	b. Sneller, performanter, doeltreffender	p. 4
	c. What's new?	p. 5
2.	Prijzen & formules	p. 6
3.	Salesforce Marketing Cloud	p. 7
4.	De klanten van DESelect	p. 8
5.	Het team aan het woord	p. 9
6.	De raad van Advies	p. 10
7.	Media & contact	p. 11

Intro:

DESelect, snelle en efficiënte segmentatie voor marketeers

DESelect helpt marketeers om sneller en efficiënter naar de juiste doelgroep te communiceren. Met het oog hierop ontwikkelde DESelect een tool die gebruikers in grote bedrijven toelaat om hun klantenbestand op uiterst gebruiksvriendelijke wijze te segmenteren in de Salesforce Marketing Cloud. Marketeers moeten nu vaak nog een beroep doen op technische experts om ingewikkelde filters of zoekopdrachten te creëren in zeer complexe databases en klantenbestanden.

DESelect mikt op niet-technische gebruikers, die al binnen enkele minuten na installatie met de tool aan de slag kunnen om de juiste doelgroepen te bepalen. Maar ook technisch onderlegde marketeers besteden dankzij DESelect tot de helft minder tijd aan de segmentering van hun data, waardoor ze een campagne minstens 20 procent sneller kunnen lanceren.

DESelect zag in november 2019 het daglicht in Antwerpen en werd begin 2020 al een officiële partner van Salesforce. De applicaties draaien dan ook bovenop de Salesforce Marketing Cloud en zijn terug te vinden op de [Salesforce AppExchange](#).

DESelect groeit pijlsnel en verwacht in 2021 zijn omzet te verviervoudigen. Zowel grote bedrijven als non profit-organisaties of universiteiten wereldwijd doen vandaag een beroep op hun segmentatie-oplossingen. Oprichters Anthony Lamot en Jonathan van Driessen verwachten de volgende jaren, naast de verdere uitbreiding in Europa, een zeer sterke groei in de Verenigde Staten, waar ze ook een eigen vestiging willen openen.



1 Oplossingen

DESelect helpt marketeers snel en efficiënt de juiste doelgroep te bepalen

a Technisch bijzonder innovatief

Via selecties biedt DESelect marketeers de mogelijkheid om hun data op heel intuïtieve wijze te segmenteren. Daartoe kunnen ze niet enkele gegevensbronnen combineren en samenvoegen, maar ook allerlei complexe filters toepassen om nieuwe segmenten te genereren.

De implementatie van de DESelect segmentatietool is bijzonder laagdrempelig voor bedrijven. De toepassing wordt voor hen geïnstalleerd en is na amper dertig minuten al klaar voor gebruik. Gerelateerde data-extensions worden probleemloos samengevoegd, en met het oog op een betere personalisatie kunnen waar nodig ook aangepaste waarden gedefinieerd worden.

Tegelijk laat de tool gebruikers ook toe om aan te geven welke mensen niét gecontacteerd moeten worden. In tijden van over-communicatie is het immers minstens even belangrijk om klanten niet te overladen met een stortvloed aan mails of marketingboodschappen, dit kan immers tot 'marketing fatigue' leiden.

Dankzij DESelect is het gebruik van SQL (Structured Query Language)-verzoeken voor de segmentering van klantendata in de Salesforce Marketing Cloud voortaan voltooid verleden tijd. Marketeers die hun data willen segmenteren kunnen gemakkelijk vijftig procent sneller te werk gaan!

Dankzij de volledige integratie in de Marketing Cloud is de tool plug-and-play, en hoeven gebruikers – eens de tool geïnstalleerd is – achteraf zelf ook geen nieuwe data meer in te voeren of wijzigingen door te voeren.

b Sneller, performanter, doeltreffender

De segmentering van klantendata verloopt via DESelect gemiddeld 50 procent sneller, zo leren de eerste ervaringen van klanten.

De marketingcampagnes zijn niet enkel kwaliteitsvoller, ze hebben ook meer impact en kunnen gemiddeld met 20 procent worden ingekort.

Gedaan met allerlei verborgen kosten: zodra DESelect geïnstalleerd en geïntegreerd is, zijn er geen verdere onderhoudskosten meer.

De sterk verbeterde user experience draagt bij tot een snelle adoptie van de DESelect tool door gebruikers.

Bedrijven hebben voortaan ook geen externe experts meer nodig om SQL-verzoeken te schrijven.

1 Oplossingen

DESelect helpt marketeers snel en efficiënt de juiste doelgroep te bepalen

C

What's new?

Quick Search in Salesforce Marketing Cloud

Dankzij deze nieuwe gratis Chrome-extensie van DESelect verloopt de zoektocht naar alles wat traditioneel moeilijk te vinden is in Salesforce Marketing Cloud (denk aan Content Builder-objecten, data-extensies, query-activiteiten, datafilters of automatiseringen) voortaan een heel stuk eenvoudiger.

Stel: je bent op zoek naar een data extension waarvan je de naam gedeeltelijk kent, maar waarvan je niet precies meer weet in welke map je deze hebt opgeslagen. Terwijl de zoekfunctionaliteit van Salesforce Marketing Cloud zelf beperkt is omdat er maar één geselecteerde map tegelijk kan worden gescand, kan SFMC Quick Search dit nu doen voor alle mappen tegelijk, zelfs als je maar een deel van de bestandsnaam kent.

DESelect Certifiering

DESelect lanceerde onlangs een certificeringsprogramma voor zowel implementatiepartners als klanten. Dit biedt de trainees een diepgaande opleiding, waardoor ze DESelect volledig in de vingers krijgen en het maximum uit hun Marketing Cloud data kunnen halen. Zonder gebruik van code en met de eenvoudige drag-and-drop waarvoor het DESelect-platform bekendstaat. Momenteel loopt dit programma al in een beta-versie voor een selectie van klanten, consultancy-bedrijven en agentschappen die gespecialiseerd zijn in Marketing Cloud. Andere geïnteresseerden kunnen zich nu al via de website aanmelden voor de volgende opleidingsessies.

DESelect Connect

In 2021 lanceert DESelect ook DESelect Connect, een tool die marketeers zal toelaten om elke gegevensbron eenvoudig via API of FTP te integreren in Salesforce Marketing Cloud. Hierdoor kunnen andere databronnen of apps voortaan ook snel in Salesforce Marketing Cloud geïntegreerd worden via een snelle point & click-integratie.

Het nieuwe product zal op de AppExchange beschikbaar zijn.

Op langere termijn mikt DESelect ook op een volledige integratie met de nieuwe Salesforce CDP.

2 Prijzen en formules

DESelect hanteert een flexibel prijsmodel, dat op drie verschillende prijsformules steunt: Enable, Plus en Advanced. Die schalen mee op met de toegevoegde waarde die voor de klanten gecreëerd wordt.

De prijs voor een maandabonnement op de basisoptie Enable start vanaf 600 euro per Salesforce Marketing Cloud-account. De twee duurdere formules – die uiteraard ook een pak meer mogelijkheden bieden – starten respectievelijk vanaf 1200 en 1800 euro per maand. Voor non-profit organisaties zijn er kortingen mogelijk.

3 Salesforce Marketing Cloud

Salesforce Marketing Cloud (SFMC) is vandaag niet zomaar toevallig de populairste marketingtoepassing: het platform biedt een bijzonder uitgebreid gamma aan mogelijkheden en combineert die veelzijdigheid met een ongekennde flexibiliteit. Zo kunnen marketeers met Marketing Cloud bijvoorbeeld niet enkel hun eigen datamodel definiëren, maar is het ook perfect mogelijk om verschillende databronnen te integreren of op te laden in wat binnen het platform bekendstaat bekend staat als data-extensions.

Die grote flexibiliteit kent evenwel ook uitdagingen: heel wat bewerkingen binnen Marketing Cloud zijn ook afhankelijk van zogenaamde SQL-verzoeken. Zowel de segmentering als personalisatie of rapportage vereisen telkens ook een nieuw SQL-verzoek in Marketing Cloud, waarna marketeers de bovengenoemde gegevensextensions kunnen filteren, verrijken of combineren.

Nogal wat gebruikers of teams zijn evenwel niet zo vertrouwd met het schrijven, testen en debuggen van zo'n SQL-verzoek. Hierdoor moeten ze hier vaak flink wat tijd en moeite in investeren, en ligt de foutenmarge ook relatief hoog. Bovendien blijven marketeers hierdoor ook altijd deels afhankelijk van – vaak externe - technische expertise.

Net daar komt DESelect in het spel. Dankzij de tool kunnen gebruikers gemakkelijk 50 procent tijd besparen, terwijl ze toch ten volle blijven genieten van de ruime mogelijkheden die Marketing Cloud hen biedt. DESelect laat marketeers toe om volledig onafhankelijk én een stuk creatiever te segmenteren, targeten en personaliseren. Hierdoor krijgt een campagne uiteraard ook een grotere return on investment.



Oprichter en ceo Anthony Lamot:

“Specifiek binnen de categorie marketing & commerce wacht de wereldwijde markt voor Software as a Service-toepassingen de komende vier jaar een groei van van 24 naar 41 miljard dollar. Binnen die categorie mocht Salesforce de afgelopen vier jaar zelf ook al een jaarlijkse groei van zomaar eventjes 36 procent noteren. Met DESelect surfen we volop mee op die golf, wat ook blijkt uit de almaar stijgende vraag naar onze producten en diensten in de hele wereld.”

4 De klanten van DESelect

Hoewel DESelect nog geen twee jaar bestaat, telt de scale-up intussen al klanten over de hele wereld. Stuk voor stuk bedrijven en organisaties die ook al gebruik maken het Salesforce Marketing Cloud-platform, waarop de DESelect-producten voortbouwen.

Het voorbije jaar groeide DESelect vooral sterk binnen de EMEA-regio, maar er was ook een toenemende belangstelling vanuit de VS en de APAC-regio merkbaar. Met het oog daarop plant DESelect de opening van een business unit in de VS.

In het klantenportfolio van DESelect zitten vandaag onder andere Volvo Cars Europe en Vlerick Business School, over T-Mobile of HelloFresh tot A1 Telekom. Ook een aantal universiteiten en non-profitorganisaties maken vandaag al gebruik van het platform.

Tot nog toe werkte DESelect vooral rechtstreeks samen met bedrijven, maar op termijn zal de samenwerking met System integrators (SIs) ongetwijfeld sterk aan belang winnen. Het is immers hun taak om klanten te adviseren, waarbij ze op zoek gaan naar nieuwe tools die in hun ogen ook de beste oplossing bieden voor klanten die hun marketing een stuk efficiënter willen aanpakken.



5 Het team aan het woord

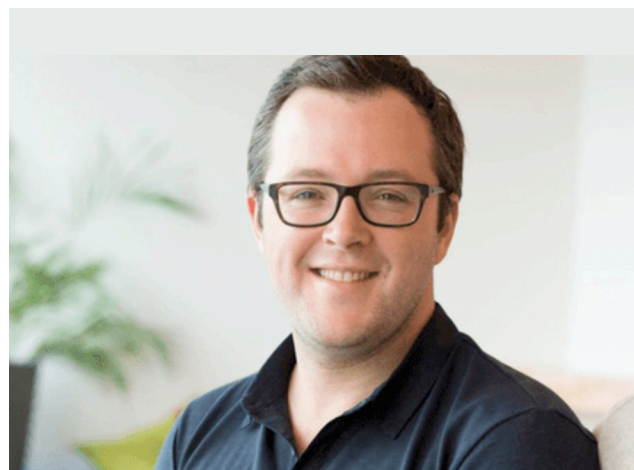
Anthony Lamot (CEO) startte zijn carrière als consultant bij één van de ‘Big 4’, en heeft intussen al bijna tien jaar ervaring op zak in CRM en marketing automation. Alvorens hij CEO werd van DESelect was Anthony verantwoordelijk voor de marketing automation bij Toyota Motor Europe. In die functie hielp hij Marketing Cloud uit te rollen naar dertig verschillende markten in één jaar tijd.

“Het viel me in die jaren als consultant, waarin ik met heel veel bedrijven in contact kwam, telkens opnieuw op dat heel veel marketeers echt wel worstelden met het beheer en de goede segmentering van data. Waarbij ze niet zelden op de beperking van Excel botsten en finaal de hulp van een expert moesten invoeren om een SQL-verzoek op maat te schrijven. Dit bracht me op het idee om zelf op zoek te gaan naar een intuïtieve en efficiënte oplossing hiervoor, die uiteraard ook perfect integreerbaar moest zijn in het Marketing Cloud-platform. Daarop ben ik aan tafel gaan zitten met mijn vriend en zakenpartner Jonathan Van Driessen en hebben we samen DESelect opgestart.

De feedback van onze eerste klanten was bijzonder positief. Ze toonden zich ronduit lovend over de gebruiksvriendelijkheid van de tool en waren in de wolken over de tijdsbesparing die ze hiermee konden realiseren.”

CTO Jonathan Van Driessen: “Marketingtechnologie heeft de voorbije jaren een bijzonder hoge vlucht genomen. Parallel daarmee zagen we ook een snelle verschuiving naar een veel digitaal koopgedrag, maar paradoxaal genoeg zijn niet alle tools tegelijk ook een stuk gebruiksvriendelijk geworden. Integendeel, een aantal functies kregen net een veel technischer invulling.

Om de marketeer van morgen beter te wapenen, zien wij daarom flink wat potentieel in laagdrempelige oplossingen. Vooral dan op het vlak van dataverwerking, en met rechtstreekse integratiemogelijkheden. Dankzij deze nieuwe oplossingen kunnen bedrijven niet enkel flink wat tijd besparen, ze openen ook de deur naar een gepersonaliseerde marketingaanpak die tot voor kort praktisch onhaalbaar was.”



Louis Jonckheere (Showpad):

“Het bijzonder dynamische oprichtersduo achter het bedrijf heeft een product ontwikkeld dat niet enkel inspeelt op een echte nood bij marketeers, maar dat bovendien ook fel in de smaak blijkt te vallen bij die gebruikers. DESelect gaat in mijn ogen dan ook een grote toekomst tegemoet.”

6 De Raad van Advies

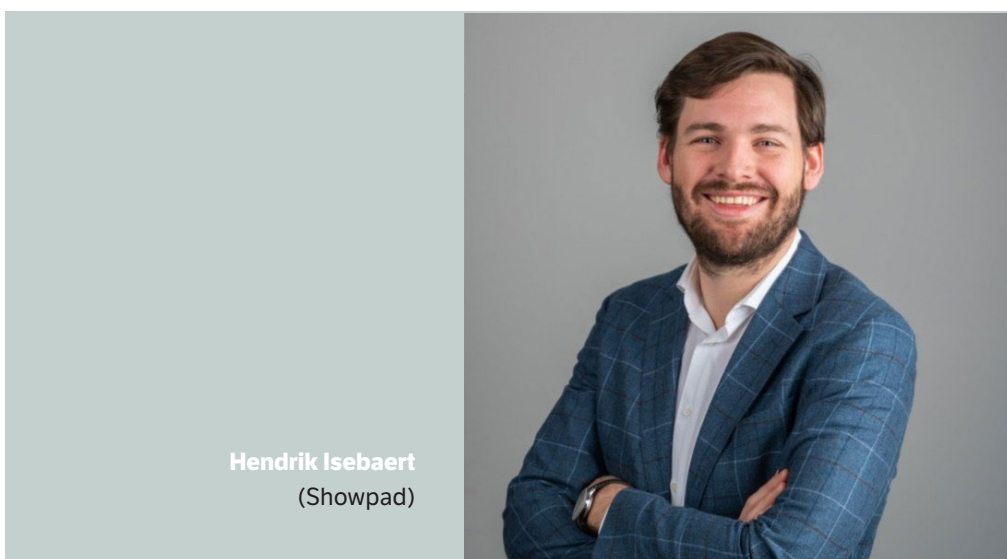
Een aantal grote namen uit het bedrijfsleven traden toe tot de Raad van Advies van DESelect, waaronder **Pascal Borremans** (oprichter 4C/Wipro Limited) en **Hendrik Isebaert** (COO Showpad).

Zij zullen enerzijds hun ruime netwerk openstellen voor DESelect – niet in het minst met het oog op de internationale expansie - en zullen anderzijds ook als ambassadeurs optreden naar de System Integrators waar DESelect almaar nauwer mee samenwerkt.



Pascal Borremans (4C/Wipro Limited):

“Vooral de enorme groei van het onderliggende Salesforce Marketing Cloud-ecosysteem, gekoppeld aan het feit dat DESelect zich richt op complexe en volwassen marketing-automatiseringsklanten, zijn overtuigende troeven.”



Hendrik Isebaert
(Showpad)

7 Media & contact

Website DESelect:

deselect.com

Blog DESelect:

deselect.com/blog

Video

['How to segment in Salesforce Marketing Cloud without SQL queries'](#)

Listing op Appexchange

Certifiering programma voor SIs

'60 Seconds With DESelect'

een video door Salesforce zelf die al meer dan 100,000 views haalde.

Persberichten

[Belgian captains of industry choose 59 new startups for Start it @KBC.](#)



Perscontact

Saar Dietvorst

Saar@manley.eu

+ 32 468 19 75 07