

Virtualisatie perfecte oplossing voor hedendaagse marketinguitdagingen

In een economie waarbij dienstverlening steeds belangrijker wordt, is - zeker ten tijde van een crisis - klantenbinding van enorm belang. Je bedient je klant zo goed als je kunt en je wilt graag weten hoe hij dat ervaart en waar je kunt verbeteren om de tevredenheid en de klant te behouden.

Met deze gedachte in het achterhoofd is Loyalty Lab B.V. in 2002 opgericht. In de tussentijd heeft de organisatie zich ontwikkeld tot een succesvolle aanbieder van consultancy- en marketingservices.

Loyalty Lab ontwikkelt en begeleidt doelgerichte en efficiënte programma's voor het behoud, de groei en het werven van klanten op basis van klantrelatie, klantkennis en klantwaarde. Zo ontwikkelt zij in nauwe samenwerking met de opdrachtgever langetermijnvisies en direct toepasbare ideeën op het gebied van individuele, gedragsgestuurde marketing. Vervolgens voert Loyalty Lab deze van A tot Z uit op praktische en bestuurbare wijze én op basis van concrete en bewezen succesvolle business-modellen. Met vestigingen in Nederland, Duitsland en België is Loyalty Lab een internationale loyaliteitmarketing specialist .

Het team van Loyalty Lab bestaat uit een uitgebalanceerde mix van IT-specialisten, databaseanalisten en loyalty- en marketingexperts. Per project wordt een dedicated team samengesteld dat de dagelijkse regie voert over de ontwikkeling en implementatie van het specifieke loyaliteitsprogramma. Op deze manier is er altijd sprake van optimale synergie tussen de verschillende disciplines.

Voor aanverwante diensten zoals datawarehousing en fulfillment werkt Loyalty Lab samen met externe partners die (per klantformule of deelproject) worden geselecteerd op basis van aantoonbare expertise.

De vraag van Loyalty Lab

De projecten die Loyalty Lab opzet en uitvoert voor haar klanten worden volgens een 'pay per use' model afgerekend. Eigenlijk is er sprake van de outsourcing van alle zaken die aan loyaliteitmarketing zijn gerelateerd, zoals het opbouwen van een marketingdatabase en het uitvoeren van campagnes op de daarin genoemde organisaties. Voor het implementeren en beheren van de klantspecifieke server omgevingen zocht Loyalty Lab een betrouwbare partner met ervaring in het beheren van bedrijfskritische ICT-omgevingen.

Exclusiviteit en integriteit van de informatie zijn van essentieel belang. Wanneer de uitgebreide klantgegevens op straat zouden komen te liggen, dan zou de schade enorm zijn. Niet alleen het imago van Loyalty Lab, maar ook dat van haar A-merk klant zou dan een forse deuk oplopen.

De oplossing van Terremark

Speciaal voor Loyalty Lab ontwikkelde Terremark een hybride omgeving die bestaat uit een front-end op basis van het gevirtualiseerde platform Infinistructure® en een back-end op basis van traditionele fysieke servers waar de verschillende databases van de klant in worden opgeslagen.

Het voordeel van deze opzet is dat aan de voorkant van de omgeving maximale flexibiliteit aanwezig is (voortkomend uit het concept van virtualisatie), terwijl aan de achterkant zware databases optimaal gebruik kunnen maken van de beschikbare kracht van fysieke servers. Bovendien zijn de databases optimaal beschermd omdat een firewall-cluster de grens tussen front-end en back-end streng bewaakt.

Maximale veiligheid

Omdat de data in deze systemen enorm goed beveiligd moet zijn, heeft Terremark redundant uitgevoerde firewalls geïnstalleerd in de omgeving van Loyalty Lab. Hierdoor is er maximale controle op de toegang tot de systemen en is het bijzonder eenvoudig om eventuele aanvallen af te wenden. Dankzij een dedicated IPsec-tunnel naar de kantoren van Loyalty Lab hebben de beheerders directe toegang tot de systemen zonder dat zij een (vaak onveilige) internetverbinding hoeven te openen bij het werken aan de applicaties.

Maximale schaalbaarheid

Het grote voordeel van het gevirtualiseerde Infinistructure® platform is de schaalbaarheid. Het is bijzonder eenvoudig de front-end servers te upgraden met extra processoren of extra geheugencapaciteit. Hierbij hoeft Loyalty Lab niet te wachten op de levering van hardware, maar kan de organisatie op elk gewenst moment de beheerders van Terremark inschakelen om de capaciteit te verhogen - zelfs binnen enkele uren. Deze capaciteit kan Loyalty Lab na gebruik ook weer eenvoudig afbouwen.

Het toevoegen van een nieuwe klant op de infrastructuur is dan ook erg eenvoudig geworden. Loyalty Lab kan elke nieuwe klant op heel korte termijn online brengen, zonder wekenlang op de levering van hardware te moeten wachten.

Vloeiende samenwerking

Naast technologie is de kwaliteit van de dienstverlening een belangrijke reden geweest voor de keuze van Loyalty Lab. Door het 24 uur per dag, 7 dagen per week beschikbare team van specialisten kan Loyalty Lab altijd een beroep doen op de kennis van de Terremark-teams. Hoge beschikbaarheid is een integraal onderdeel van het aanbod van Terremark. De virtuele omgeving biedt de klanten van loyalty Lab een 99,8% zekerheid dat zij hun marketing campagnes kunnen uitvoeren op elk gewenst moment. En goed beschouwd is ook dat een vorm van flexibiliteit.