



Interview met Michael Kinsbergen, CEO van Nedstat  
8 mei 2007 door Lars Johansson

### **In welke opzichten verschilt de Europese web analytics markt van die van de rest van de wereld?**

Zoals bekend bestaat Europa uit veel verschillende landen die allemaal een eigen cultuur, taal, emoties en manier van leven hebben. Ook hebben ze hun eigen gewoontes voor wat betreft kopen en communiceren. Antwerpen ligt op twee uur rijden van Amsterdam maar de verschillen zijn veel groter dan die twee uur doen vermoeden. Voor web analytics betekent dit simpelweg dat je Europa niet kunt zien als één grote gemeenschappelijke markt. De Europese markt vereist een lokale aanpak in ieder land, met lokale mensen die de lokale bijzonderheden begrijpen en producten, services en documentatie in de lokale taal.

### **Is het gebruik van web analytics in sommige Europese landen verder dan in andere?**

Ieder land in Europa bevindt zich in haar eigen ontwikkelingsfase als het gaat om internet, e-commerce en het gebruik van web analytics. Alles begint bij de consumenten maar zij zijn afhankelijk van de beschikbare infrastructuur in een land en van de computers die zij zich kunnen veroorloven. Een moderne infrastructuur en de nieuwste computers maken de internet ervaring veel aantrekkelijker en gemakkelijker. Het zijn de consumenten die marketing managers aanzetten tot meer investeringen in het online kanaal. En managers moeten natuurlijk meten wat ze managen. Van de grote landen is Engeland verreweg de meest geavanceerde web analytics markt, maar ook kleinere landen zoals Zweden en Nederland zijn goed ontwikkeld.

### **Wat is de grootste uitdaging voor web analytics in Europa 2007?**

De grootste uitdaging in de sector is om bedrijven en organisaties op een effectieve manier web analytics te laten gebruiken. Voor de meesten geldt dat de interne processen voor het online kanaal nog steeds in ontwikkeling zijn en deze verschillen aanzienlijk ten opzichte van de traditionele manier van werken. Mensen en afdelingen moeten nog veel meer gewend raken aan de enorme snelheid en dynamiek van processen in het online kanaal. En leren hoe ze gebruik moeten maken van en snel kunnen reageren op de rijke real-time informatie die web analytics beschikbaar maakt. Dit is ook precies waarom we bij Nedstat proberen om ons product zo toegankelijk en begrijpelijk mogelijk te maken voor alle typen gebruikers van alle niveaus binnen een organisatie.

### **Instadia is overgenomen door Omniture, denkt u dat alle Europese leveranciers van web analytics binnenkort in bezit zullen zijn van Amerikaanse bedrijven?**

We gaan een verdere consolidatie in de markt zien. Met de toenemende eisen van de klanten en de hevige concurrentie tussen leveranciers, zal het voor kleinere spelers erg moeilijk zijn om hun product in het vereiste tempo door te ontwikkelen en goede support programma's te bouwen.



Overnames door Amerikaanse leveranciers zullen plaatsvinden, maar alleen succesvol zijn als ze de eigenaardigheden en verschillen van de diverse landen in de Europese markt op de juiste waarde weten te schatten. Het verleden heeft aangetoond dat sommige Amerikaanse bedrijven daar erg goed in geslaagd zijn en andere totaal niet.

### **Wat zijn de voordelen om een Europese leverancier te kiezen?**

Voor Europese bedrijven zijn er duidelijk veel voordelen. Zoals ik eerder al zei, begrijpt een Europese leverancier over het algemeen de lokale omstandigheden het best. Net zoals het voor een Europeaan lastig is om culturele kwesties in Oklahoma of Idaho goed aan te voelen, is het dat ook voor een Amerikaan in Frankrijk of Nederland. Lokaal management en lokale mensen begrijpen allerlei culturele achtergronden die online gedrag beïnvloeden zonder daarover na te hoeven denken en dat maakt de communicatie veel eenvoudiger. En vergeet niet dat, in tegenstelling tot de Amerikanen, voor de Europese leverancier de Europese klant centraal staat, dus alle middelen worden ook daarvoor ingezet.

### **Waarom zouden bedrijven buiten Europa, laten we zeggen uit Amerika, voor u moeten kiezen als Europese leverancier?**

Bedrijven moeten kiezen voor de leverancier die ze het best kan helpen bij het oplossen van hun problemen en het behalen van hun doelstellingen. Leveranciers die lokaal een compleet support programma kunnen aanbieden – 24/7 support, trainingen en consultancy te allen tijde direct beschikbaar – zijn daartoe het best in staat. Gek genoeg ligt de focus van de meeste research in de sector vooral op product functionaliteiten, terwijl alle grote leveranciers min of meer hetzelfde aanbieden. Als een Europese leverancier geen goed support programma kan aanbieden in Amerika, zie ik eerlijk gezegd geen reden waarom een Amerikaans bedrijf voor hen zou kiezen. Andersom geldt hetzelfde, een Europees bedrijf doet er het beste aan een leverancier te kiezen die zo'n programma in hun eigen land en in de lokale taal aanbiedt.

### **Over Nedstat**

Nedstat is Europees marktleider in website analytics. De producten en services stellen bedrijven en organisaties in staat het rendement van hun online communicatie en business te verbeteren. Nedstat maakt website analytics simpel, duidelijk en toegankelijk voor gebruikers van alle niveaus en disciplines. Producten zijn daarom makkelijk te gebruiken, rapporten zijn helder en snel toegankelijk, aanpassingen zijn eenvoudig en de service en support zijn persoonlijk en van hoge kwaliteit.

Voor meer informatie over dit bericht kunt u zich wenden tot: Nedstat B.V., Ulrike Ziegler, telefoon +31 (0) 20 519 54 03, e-mail [u.ziegler@nedstat.com](mailto:u.ziegler@nedstat.com).