



Het juiste CDP kiezen: het verschil tussen packaged CDP's, headless CDP's en composable CDP's

WHITEPAPER



clearvalue
People Mobilized, Results Realized

Inhoud

- Inleiding..... 3
- Wat is een CDP?..... 3
- Vier typen CDP's..... 3
- Conclusie: Welk CDP past bij jou?..... 6
- Over Clear Value..... 6
- Wil je meer weten?..... 6

© Copyright Clear Value – 2024.

Het juiste CDP kiezen: het verschil tussen packaged, true, composable en MACH CDP's

Inleiding

De keuze voor een Customer Data Platform (CDP) is een cruciale beslissing voor bedrijven die klantdata willen benutten om personalisatie, marketing en customer engagement te optimaliseren. Maar niet elk CDP is hetzelfde. In deze whitepaper bespreken we de vier belangrijkste soorten CDP's: Packaged CDP's, True CDP's, Composable CDP's en MACH CDP's. We leggen uit wat ze zijn, geven voorbeelden en benoemen de voor- en nadelen, zodat je een weloverwogen keuze kunt maken.

Wat is een CDP?

Een Customer Data Platform (CDP) verzamelt en centraliseert klantdata uit verschillende bronnen, zoals websites, CRM-systemen en e-mailmarketingtools, om een volledig klantbeeld te creëren. Het CDP stelt bedrijven in staat om deze data in real-time te activeren voor marketingcampagnes, gepersonaliseerde aanbiedingen en betere klantinteracties.

“Retailers need to be fast, because change will continue, and tech will play a much more important role.

Most of all: they will need a deeper knowledge of their customers. Having a “customer obsession” might be a more accurate piece of advice here.

John Rossman, former Director Amazon Enterprise Services

Vier typen CDP's

Clear Value is Europees partner van het CDP Institute (CDPI). David Raab van het CDPI verdeelt CDP's in vier soorten o.b.v. functionaliteit:

- Data CDP's: CDP's waar de nadruk ligt op het vastleggen van data
- Analytics CDP's
- Campaign CDP's
- Delivery CDP's

In ons whitepaper “Wat is een CDP en hoe kies je het beste CDP voor jouw bedrijf?” leggen we de verschillen tussen deze vier soorten uit. In dit whitepaper kijken we naar de indeling van CDP's naar technische structuur.

1. Packaged CDP's

Packaged CDP's zijn kant-en-klare oplossingen die een breed scala aan standaardfunctionaliteiten bieden, zoals data-integratie, segmentatie en activatie. Ze zijn ontworpen om snel te implementeren en te gebruiken zonder uitgebreide IT-ondersteuning.

Voorbeelden:

- Blueshift

- Bloomreach
- Redpoint Global

Voordelen:

- Snelle implementatie en relatief eenvoudige configuratie
- Bevat standaardintegraties met veel marketing- en CRM-tools
- Geschikt voor bedrijven die snel aan de slag willen met klantdata

Nadelen:

- Minder flexibiliteit in maatwerkoplossingen
- Kan beperkingen hebben in datamodel en schaalbaarheid

2. True CDP's

Een True CDP voldoet aan de strikte definitie van het CDP Institute: het biedt een persistente, uniforme klantdatabase die toegankelijk is voor andere systemen. Dit type CDP legt de nadruk op data governance, identiteitsresolutie en omnichannel activatie.

Voorbeelden:

- BlueConic
- NGData
- Treasure Data

Voordelen:

- Volledige controle over klantdata en identiteitsresolutie
- Flexibele segmentatie en activatie
- Sterke integraties met martech-ecosystemen

Nadelen:

- Hogere implementatiekosten en langere doorlooptijd
- Vereist meer interne expertise en onderhoud

3. Composable CDP's

Composable CDP's zijn modulaire CDP-oplossingen waarbij bedrijven zelf de technologiecomponenten samenstellen, zoals een data lake, identiteitsresolutie, analytische tools en een activatielaag. Dit type is ideaal voor organisaties met sterke data-engineeringcapaciteiten.

Voorbeelden:

- Google Cloud BigQuery + Hightouch
- Snowflake + Rudderstack
- AWS + Segment Connections

Voordelen:

- Maximale flexibiliteit en schaalbaarheid
- Ideaal voor datateams met ervaring in big data en analytics
- Vermijdt vendor lock-in

Nadelen:

- Vereist technische expertise en een robuuste data-infrastructuur
- Langere implementatietijd

4. MACH CDP's

MACH CDP's zijn gebaseerd op Microservices, API-first, Cloud-native en Headless principes. Ze bieden maximale flexibiliteit en snelheid, waardoor bedrijven realtime klantinteracties kunnen orkestreren met losgekoppelde services.

Voorbeelden:

- Amperity
- mParticle
- Tealium

Voordelen:

- Hoog schaalbaar en flexibel
- Headless architectuur maakt integratie met bestaande systemen eenvoudig
- Ideaal voor enterprises met complexe omnichannel behoeften

Nadelen:

- Vereist sterke IT- en datacapaciteiten
- Hogere kosten door maatwerk en integraties

Conclusie: Welk CDP past bij jou?

De keuze voor het juiste CDP hangt af van je behoeften, technische capaciteit en strategische doelen. Clear Value helpt je graag bij de selectie, implementatie en optimalisatie van het beste CDP voor jouw organisatie. Onze vendor-onafhankelijke aanpak zorgt ervoor dat je de best passende oplossing kiest, zonder afhankelijk te zijn van één leverancier.

Over Clear Value

Clear Value is een toonaangevend adviesbureau op het gebied van Customer Data Platforms en datagedreven transformatie. Wij helpen bedrijven met strategie, technologie en implementatie, en zorgen ervoor dat organisaties maximale waarde halen uit hun klantdata. Onze experts begeleiden je bij het selecteren en implementeren van het juiste CDP, afgestemd op jouw businessdoelen.

“ The depth of knowledge and professionalism displayed by Clear Value in the CDP/CRM space was a major contributor to why we have chosen and implemented a very powerful and fit for purpose CDP solution. Frans and his team are very capable, highly professional and I would recommend them strongly. ”

Mike Rawson-citizenM

Wil je meer weten?

Neem voor meer informatie contact op met een van onze specialisten via de website of stuur een email:

www.clearvalue.nl

welkom@clearvalue.nl