

“Van een bezettingsgraad van 50 tot 60 procent, zitten we nu op volle zalen.”

NDT

Nederlands Dans Theater is een van de meest vooraanstaande dansgezelschappen ter wereld. Als dans creërend huis speelt de organisatie bovendien internationaal een belangrijke rol in de kunstwereld. Jaarlijks worden er tien wereldpremières gemaakt. Daarmee behoort Nederlands Dans Theater (NDT) tot de absolute wereldtop. Om het publiek te blijven bereiken, boeien en binden, startte de organisatie met het professionaliseren van onder meer het CRM-platform.

ONDERNEMERSCHAP IN DE CULTUURSECTOR

In 2013 kwam het Nederlandse subsidieklimaat sterk onder druk te staan, doordat de politiek meer ondernemerschap wilde zien in de culturele sector. Joost Poort, senior manager Commerciële Zaken bij NDT: “Die roep om meer ondernemerschap zorgde ervoor dat we als organisatie gingen kijken of we de zaken die zakelijk bekwaam gedaan konden worden, ook daadwerkelijk bekwaam deden.” Waar de bezettingsgraad van de voorstellingen destijds zo’n 60 procent was in Den Haag en 50 procent in de rest van Nederland, is dat inmiddels gestegen tot vrijwel 100 procent. “Met behulp van marketingcommunicatie hebben we niet alleen het publiek aan ons weten te binden; daardoor kunnen we ook onze relevantie aantonen bij partners, sponsors en de subsidiënten. Inmiddels kunnen we bogen op structurele inkomsten uit fondsenwerving en sponsoring van onze vier founding partners (Damen Shipyards Group, ABN AMRO, AEGON en Pels Rijcken). Deze inkomsten zijn vele malen hoger dan toen we begonnen. Bovendien hebben we een hard groeiende schare deelnemers

aan ons Vriendenprogramma en aan het Fonds NDT. Het bloeit echt.”

WAARDECREATIE VOOR DE ORGANISATIE

Om dit te bereiken vroegen Poort en zijn team zich af: ‘Hoe creëren we waarde in een organisatie die daar tot dusver weinig grip op heeft?’. “Kunst is van degene die het maakt, dus de voorstelling is van de choreograaf. Het publiek was feitelijk van de theaters waar wij onze voorstellingen speelden, dus ook niet van ons als organisatie. Er was dus eigenlijk geen publieksrelatie vanuit NDT.” Dat moest veranderen. NDT zette het publiek centraal, waarbij er onderscheid werd gemaakt tussen verschillende soorten bezoekers en de manier waarop zij de voorstellingen bezoeken en beleven. “Het is onze opdracht steeds publiek te bereiken en te binden; ze betrokken te maken. Daarin zit ook de relevantie voor sponsors en partners, voor de stad Den Haag, voor de hele maatschappij, en misschien wel het belangrijkste, voor het publiek zelf. Er ontstaat een volwaardige waardeketen.”

DATABRONNEN OMZETTEN IN INFORMATIE

Naast andere technische tools is een CRM-systeem onontbeerlijk in de professionalisering van NDT. “Als we Ifunds Engage 365 niet hadden, zou het een stuk lastiger zijn om de rest van onze marketingcommunicatie te professionaliseren.” Het platform biedt NDT een manier om verschillende databronnen bij elkaar te brengen, te analyseren en vervolgens te concluderen hoe en wanneer bezoekers informatie willen ontvangen. “Zo weten we nu dat frequente bezoekers graag informatie op papier ontvangen, maar nieuwe mensen - gemiddeld is 40 tot 45 procent van het publiek bij een voorstelling nieuw of heeft de afgelopen drie jaar geen voorstelling bezocht - bereiken we juist beter via online content.” Het is dit soort verdiepende content die bijdraagt aan de beleving en relatie met bezoekers.

DATABRONNEN OMZETTEN IN INFORMATIE

Momenteel is NDT druk bezig met de ingebruikname van het e-mailmarketingplatform binnen Ifunds Engage 365: ClickDimensions. “Wanneer dit optimaal is ingericht, kunnen we onze customer journey in een soort communicatiepaden vatten, zodat bezoekers op het juiste moment voor hun relevante informatie ontvangen, voor, tijdens en na een voorstelling”, zegt Poort. De op Microsoft Dynamics gebaseerde CRM-oplossing van Ifunds vormt, in combinatie met andere marketingcommunicatietools, een essentieel onderdeel van deze professionele manier van het boeien en binden van het publiek van Nederlands Dans Theater. “En dat past perfect in ons karakter: eigenzinnig, ambitieus en innovatief.”

Meer weten over Nederlands Dans Theater? Kijk op www.ndt.nl.

JOOST POORT, SENIOR MANAGER COMMERCIELE ZAKEN

“Met ons CRM-systeem Ifunds Engage 365 weten we het publiek te bereiken, boeien en binden, en daarmee tonen we onze waarde en relevantie aan sponsors, partners en de maatschappij.”

The logo for Ifunds Engage 365. The word 'ifunds' is in a dark blue, lowercase sans-serif font, with a red dot above the 'i'. Below it, 'engage' is in a lighter blue, lowercase sans-serif font, and '365' is in a red, lowercase sans-serif font.

WIJ ZIJN IFUNDS

Wij beschouwen CRM als een vak, óns vak, al meer dan 20 jaar. Met onze slimme producten en oplossingen willen wij onze klanten, non-profit organisaties, helpen meer sociale impact te realiseren. Een 360 graden klantbeeld creëren en onze klanten in staat stellen om de juiste multi-channel customer journey's op te starten, dat is ons doel. Onze CRM-oplossingen voor de non-profit sector, die zijn het middel.

Kijk voor meer informatie op www.ifunds.nl of neem contact op met ons via: +31 (0)33 467 70 30