

## Interview met Jurgen Bergmans

Doordat wij in ons dashboard de data van de inhoud wilden combineren met de prestaties van de video. Gingen wij op zoek naar de data van eerder gelopen campagnes. Hieruit bleek dat Greenhouse gebruik maakt van de volgende twee programma's. Smartly en Facebook Ads Manager. Na zelf eerst onderzoek te doen naar beide programma's, bleek de informatie op internet beperkt te zijn. We gingen dus op zoek naar iemand die tot beide programma's toegang had en hier ook verstand van had.

Zo kwamen wij uit bij Jurgen Bergmans, hij is een online marketeer bij Greenhouse. Het voordeel dat we met Jurgen gingen praten was dat we inzicht kregen in de tool Facebook Ads Manager. Hier kregen wij precies te zien welke data dit programma verzameld. Maar ook gaf Jurgen aan, aan welke data hij de meeste waarde koppelde en zo kon bepalen of een campagne succesvol is of niet.

Na dit gesprek kwamen wij erachter dat je niet per moment kunt zien wanneer iemand uit de video stapt, maar enkel op bepaalde meetpunten zoals 2 seconde, 3 seconde en 10 seconde. Waarop we in een eerder stadium deze data nog per seconde wilden koppelen aan de labels, was dit opeens niet meer mogelijk. Daarnaast bleek Smartly een tussenprogramma tussen de video en Facebook Ads Manager te zijn en dus irrelevant voor ons project. Vanuit Jurgen hebben wij ook de data in een csv file gekregen van de Eneco-campagne zodat wij hiermee kunnen experimenteren en gebruiken in ons dashboard.

Tot slot gaf Jurgen aan dat hij nu alle data handmatig verzamelt, in een grafiek zet en dan naar de klant stuurt. Een dashboard die je kunt inrichten speciaal voor de klant is dus een geweldige oplossing voor Jurgen. Hij bespaart hiermee een boel tijd en de klant heeft altijd de mogelijkheid om de data van zijn campagne te bekijken.

Het interview met Jurgen was voor ons erg nuttig, omdat we nu een goed inzicht hebben in welke data voor hem belangrijk is. En dus welke data we zeker in ons dashboard moeten verwerken. Ook kwamen we erachter dat het niet mogelijk is om per seconde de data te bekijken, dus hier moeten we anders op gaan inspelen.