



ERIC VAN DIEMEN, LAURENS HUTTEN, OLAV TULEN & JOHAN BOLT

Online verkoop zit gewoon in ons DNA

VERKOOP IS EEN VAK. ONLINE VERKOOP IS EEN VAK APART. HET ONTWERPEN EN OPTIMALISEREN VAN ONLINE VERKOOP VERGT SPECIFIEKE KENNIS, ERVARING ÉN MENTALITEIT. "DAAR ZIJN WIJ GOED IN, OMDAT VERKOPEN HET HELE TEAM IN 'T BLOED ZIT. ONS ULTIEME DOEL: MAXIMAAL RENDEMENT HALEN VOOR ONZE KLANT."

Bikkelhart is een digitaal bureau dat zich heeft gespecialiseerd in het bedenken, ontwerpen en optimaliseren van online verkoop. Het bureau helpt dagelijks duizenden bezoekers om hun online doelen te behalen. Of het nu om oriëntatie, aankoop of service gaat. "Op die manier helpen wij onze klanten met het winnen, behouden en ontwikkelen van hun klanten", zegt Johan Bolt, directeur en oprichter van het bedrijf. "Met onze aanpak halen we meer omzet en rendement uit de online projecten van onze klanten", vult mededirecteur en medeoprichter Laurens Hutten aan. "En de cijfers bewijzen het."

WETENSCHAP EN PRAKTIJK

Bikkelhart heeft een effectieve ontwerp-methode ontwikkeld. "Door onze ervaring in e-commerce en kennis van consumentengedrag samen te brengen in intuïtieve, gebruiksvriendelijke ontwerpen, maken onze klanten een grote commerciële stap voorwaarts", benadrukt Bolt. "Wij verwerken niet alleen in de praktijk bewezen verleidingsprincipes in de online interactie; wij



'Wij zorgen voor intelligentie en beleving in online verkoop'

bouwen intelligentie in online verkoop", vertelt Hutten. "We analyseren gedrag, personaliseren de ervaring en nemen daarmee twijfel weg bij de bezoekers van een website. Wij bieden gebruikers een geweldige online beleving; het zit in ons DNA." Bikkelhart onderscheidt zich daarbij van anderen door zijn menselijkheid en daadkracht. "Het is niet zomaar Bikkelhart met een t; het gaat om bikkelharde resultaten, maar wel vanuit het hart, vanuit een passie", aldus Bolt.

EEN WEBSITE IS NOOIT AF

Flexibiliteit in je online omgeving is cruciaal, want een website is nooit af. "Het kan

altijd beter. Dat leer je door continu te testen en te analyseren", legt Bolt uit. "Dit moet snel en tegen lage kosten kunnen. Daarvoor werken we met de slimste tools op het gebied van optimalisatie en personalisatie. Zo proberen we de lat steeds hoger te leggen", zegt Hutten. "Het gaat erom dat je nooit tevreden bent en de mentaliteit hebt om iedere dag weer een beter verkoopresultaat te behalen." Bikkelhart zet daarom wetenschap én reallifeverkoop-ervaring in. "Wij doen dit", beklemtoont Bolt, "omdat we ervan overtuigd zijn dat dit de enige manier is om samen met onze klanten de online verkoopstrijd te winnen."