



GEEN BEPERKINGEN, ENKEL MOGELIJKHEDEN:

De kracht van Composable Commerce voor zakelijke gebruikers

kega.



Inhoud

- 03 / Inleiding: Waarom deze whitepaper?
- 04 / Wat is Composable Commerce en waarom is het interessant voor zakelijke gebruikers?
- 10 / Vragen uit de praktijk: hoe verandert Composable Commerce de huidige manier van werken?
- 14 / Praktijkvoorbeelden: succesvolle transformaties
- 16 / Hoe begin je? Jouw eerste stappen in Composable Commerce
- 21 / Samenvatting en conclusie
- 22 / Waarom is Kega jouw partner voor Composable Commerce?
- 23 / Onze experts
- 25 / Onze partners

Dealen met Digital

Onze podcast waarin we open keukentafelgesprekken voeren met vakgenoten over de digitale vraagstukken van vandaag en morgen.

We zoomen eerlijk in op specifieke onderwerpen, bespreken de basisprincipes, voordelen en uitdagingen en ontrafelen de geheimen van succes. Zo helpen we jou als luisteraar om valkuilen te vermijden en digitale kansen optimaal te benutten.



Luister Dealen met Digital op
Spotify en Apple Podcasts.



Dealen met Digital

kega.

Waarom deze whitepaper?

Composable Commerce is letterlijk vertaald: "**samengestelde commercie**". Oftewel een aanpak waarbij bedrijven niet langer een kant-en-klaar digital commerce platform kopen maar er zelf één samenstellen op basis van de onderdelen die het best bij het bedrijf, en vooral, de klanten van het bedrijf passen.

Een composable aanpak is relevant voor zakelijke gebruikers omdat het flexibiliteit en schaalbaarheid biedt. Bedrijven kunnen hierdoor snel inspelen op veranderende marktomstandigheden en klantbehoeften.

In deze whitepaper leggen we op een toegankelijke manier uit wat Composable Commerce is en hoe het de dagelijkse werkzaamheden binnen bedrijven kan veranderen. We beantwoorden de meest gestelde vragen en laten zien hoe je kunt profiteren zonder dat je een technisch expert hoeft te zijn.



Wat is **Composable Commerce** en waarom is het interessant voor zakelijke gebruikers?

Composable Commerce is een strategie, of aanpak, bedacht in 2020 door onderzoeks- en adviesbureau Gartner. Zij merkten op dat grote online spelers zoals Amazon, Zalando en Coolblue veel beter in staat zijn om zich aan te passen aan de wensen van de klant en hiermee concurrentievoordelen konden behalen.

Het doel van een Composable Commerce strategie is dan ook om kleine en middelgrote bedrijven (MKB+) beter in staat te stellen te concurreren met de grote spelers in de markt.

De basis van Composable Commerce wordt gevormd door drie elementen:

- De customer journey
- Webshop functionaliteiten
- De onderliggende Techniek (Tech Stack)

Vanuit de customer journey wordt bepaald aan welke webshop functionaliteiten de klanten behoefte hebben en vervolgens wordt bekeken hoe deze technisch mogelijk gemaakt kunnen worden. De gebruikerswensen van de klant zijn dus leidend.

Dit is een belangrijk verschil met de manier waarop digital commerce platforms tot voor kort ontwikkeld werden. De beschikbare techniek van het gekochte pakket was leidend en vervolgens werd geprobeerd om dit pakket zo goed mogelijk aan de gebruikerswensen van de klanten aan te passen. Maar een digital commerce platform is nooit overal even goed in, waardoor bedrijven vaak compromissen moesten sluiten en sommige functies niet altijd goed aansloten op hun behoeften.



Customer
journey

Gebruikerswensen en marktomstandigheden veranderen snel. Om hier op in te kunnen spelen is het dus noodzakelijk dat het gebruikte digital commerce platform snel aangepast kan worden. Composable Commerce is daarom gebaseerd op een zogenaamde “MACH”-architectuur.

De verschillen tussen best-of-breed, headless en Composable Commerce (MACH) platforms

Digital Commerce platforms gebaseerd op een MACH-architectuur zijn relatief nieuw. Veel bestaande platforms zijn nog gebaseerd op een zogenaamde best-of-breed of headless aanpak.

Best-of-Breed

Dit is momenteel de meest gangbare aanpak. De kern wordt gevormd door een commerce platform met uitgebreide ingebouwde functionaliteiten. Zowel de zichtbare interface (frontend) als de database waarin alle gegevens worden opgeslagen (backend) zijn onderdeel van dit digitale commerce platform. Extra functionaliteiten, zoals een payment service provider, zoekfunctie, ERP of PIM, worden via de backend aan het platform gekoppeld.

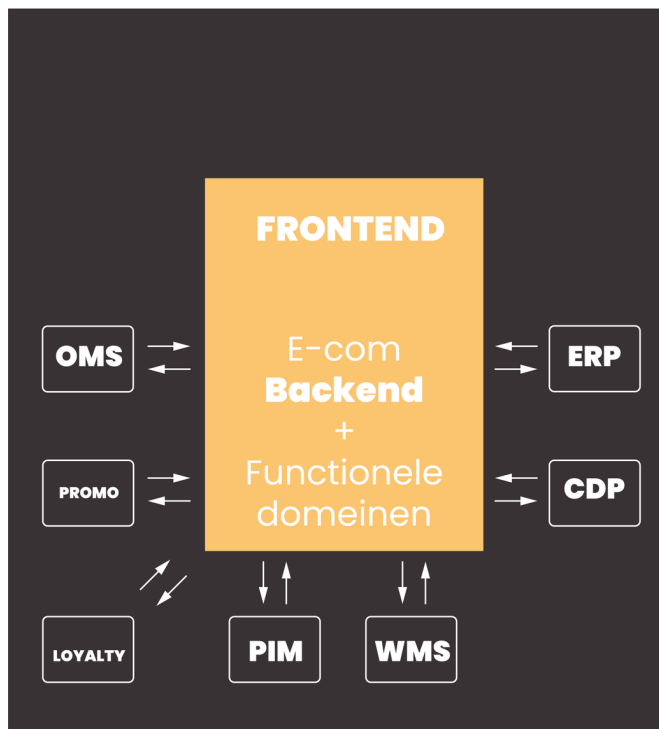
Headless

Deze aanpak lijkt grotendeels op best-of-breed, maar met één belangrijk verschil: de frontend en backend zijn van elkaar losgekoppeld. Ze communiceren met elkaar via API's, wat de flexibiliteit biedt om meerdere frontends op dezelfde backend aan te sluiten, zoals een aparte mobiele website, een app of een instore-kiosk.

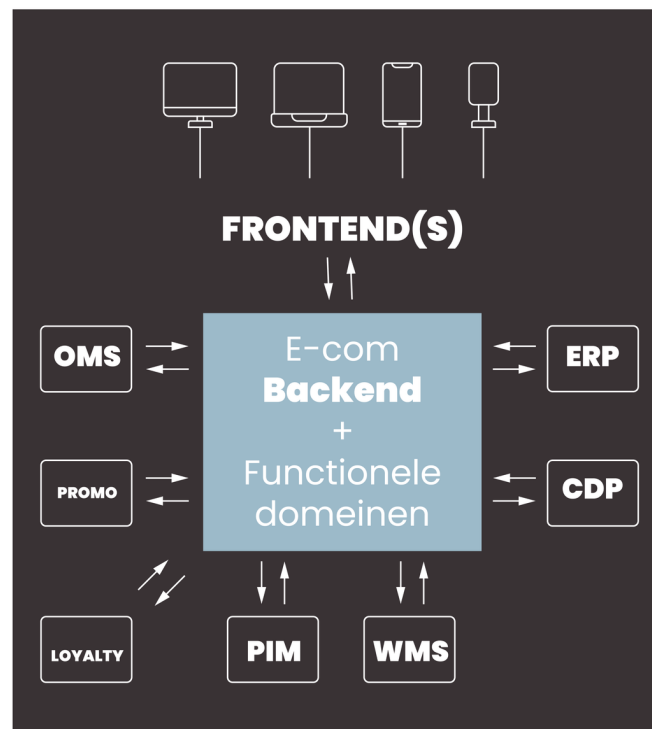
Composable Commerce (MACH)

MACH staat voor **M**icroservices, **A**PI-first, **C**loud-based en **H**eadless. Hoewel deze aanpak ook een headless frontend heeft, verschilt de architectuur fundamenteel. In plaats van één groot commerce platform wordt de functionaliteit opgesplitst in kleinere, zelfstandige onderdelen, zogenaamde microservices. Elke microservice vervult een specifieke functie en wordt afzonderlijk beheerd en gehost in de cloud.

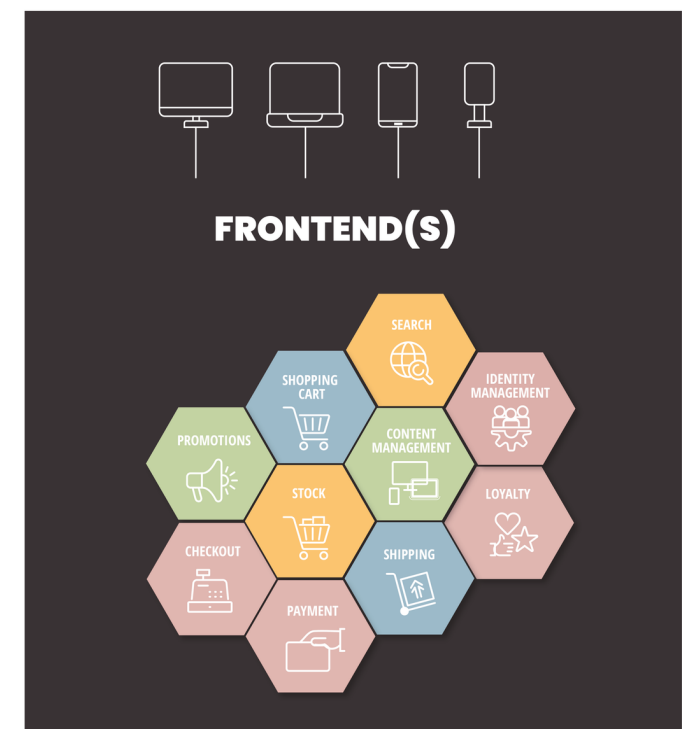
Best-of-Breed



Headless



Composable Commerce (MACH)



De overstap van een best-of-breed- of headless-aanpak naar een volledig MACH-gebaseerde architectuur kan behoorlijk groot zijn. In de praktijk zien we daarom vaak hybride varianten, waarbij een bestaand best-of-breed-platform headless wordt gemaakt, de frontend via API's met de backend communiceert en bepaalde functionaliteiten geleidelijk worden vervangen door externe microservices.

Hoe beïnvloedt Composable Commerce jouw rol als zakelijke gebruiker?

Composable Commerce zorgt voor meer flexibiliteit en kan een grote impact hebben op de werkzaamheden van verschillende rollen binnen een bedrijf. Dit geldt onder andere voor:

Digital Commerce Manager

Heeft meer controle over de keuze en combinatie van tools en kan dus kiezen voor best-in-class oplossingen. Hierdoor kunnen strategieën sneller worden aangepast zonder vast te zitten aan één alles-in-één platform. Dit maakt het makkelijker om nieuwe features en functies uit te proberen en door te voeren.

Marketing & Content Teams

Met een headless CMS en API-gedreven systemen kunnen marketeers en contentmanagers eenvoudig gepersonaliseerde campagnes en content lanceren, zonder hulp van IT. Dit versnelt de time-to-market en maakt marketing teams wendbaarder en effectiever.

IT & Development Teams

In plaats van één groot, log platform te beheren, werken developers met microservices en API's. Hierdoor zijn ze minder afhankelijk van één systeem en kunnen ze onderdelen individueel vervangen of updaten zonder dat alles bij iedere update op de schop moet.

Merchandisers & Product Managers

Kunnen sneller inspelen op trends en klantgedrag dankzij flexibelere search- en merchandisingtools. Dit maakt het eenvoudiger om productaanbevelingen en promoties dynamisch aan te passen en te optimaliseren.

Voordelen op gebied van groei, flexibiliteit en innovatie

Vanuit commercieel perspectief biedt Composable Commerce grote voordelen op het gebied van groei, flexibiliteit en innovatie:

1. Groei

Schaalbaarheid

Bedrijven kunnen eenvoudig opschalen door specifieke functionaliteiten te optimaliseren of uit te breiden zonder het hele platform te vervangen.

Betere klantervaring

Gepersonaliseerde en snellere klantinteracties leiden tot hogere conversieratio's en klantloyaliteit.

Internationale expansie

Meerdere frontends en regio's kunnen eenvoudig worden toegevoegd zonder complexe aanpassingen aan de backend.

2. Flexibiliteit

Vrije keuze van technologieën

Bedrijven kunnen de beste tools kiezen en combineren in plaats van vast te zitten aan een one-size-fits-all oplossing.

Snelle integraties

API's maken het eenvoudig om nieuwe betaalmethoden, logistieke partners, personalisatie tools of andere moderne functionaliteiten toe te voegen.

Minder afhankelijkheid van één leverancier

Vermindert afhankelijkheid van één leverancier en biedt de mogelijkheid om snel te switchen tussen oplossingen.

3. Innovatie

Snellere time-to-market

Nieuwe features, campagnes of verkoopkanalen kunnen sneller worden uitgerold zonder dat dit grote IT-projecten worden.

A/B-testen en optimalisatie

Eenvoudig experimenteren met verschillende commerce-oplossingen en aanpassingen om conversies te verhogen.

Toekomstbestendig

Flexibel inspelen op technologische ontwikkelingen zoals AI, Voice Commerce of AR/VR zonder de beperkingen van een monolithisch systeem.

Met Composable Commerce kunnen bedrijven sneller inspelen op marktveranderingen, klantbehoeften en technologische innovaties, wat noodzakelijk is voor commercieel succes op de lange termijn.



Hoe verandert **Composable Commerce** de huidige manier van werken?

Composable Commerce verandert niet alleen de opbouw van een platform, maar ook de dagelijkse werkzaamheden. Voor teams in marketing, IT, productmanagement en e-commerce biedt deze aanpak meer flexibiliteit en controle. Aan de hand van een aantal praktijkvragen laten we hier zien wat dit in de praktijk betekent en welke voordelen het oplevert.

1

Makkelijker
& efficiënter

Ik gebruik momenteel het CMS van mijn digital commerce platform, samen met een extern pakket voor search en merchandising. Welke extra voordelen biedt een composable aanpak met een headless frontend en een headless CMS in dit geval?

Een headless frontend zorgt voor snellere laadtijden en volledige controle over de gebruikerservaring, zonder beperkingen van het commerce platform. Een modern headless CMS biedt niet alleen meer functionaliteiten dan een traditioneel CMS, maar maakt het werk van content editors ook eenvoudiger en efficiënter. Met visuele editors kunnen ze moeiteloos content plannen, aanpassen en hergebruiken op verschillende kanalen zoals websites, apps en social media. Bovendien worden marketing- en contentteams niet beperkt door de (on)mogelijkheden van een ingebouwd CMS, maar kunnen ze de beste CMS-oplossing kiezen die aansluit bij hun behoeften.

2

Ruimte om te groeien

Als ik al een commerce platform heb en daar een licentie voor betaal, dekt dat de meeste functionaliteiten. Waarom zou ik extra investeren in een composable aanpak met een los CMS, Search, CRM en/of PIM, als dit niet alleen de kosten verhoogt, maar ook leidt tot complexer vendor management?

Een composable aanpak geeft je meer flexibiliteit en ruimte om te groeien. De kosten van een composable aanpak zijn anders verdeeld maar niet hoger. Wel beheer je inderdaad meer leveranciers. Hier tegenover staat dat je precies de tools kunt kiezen die het beste bij je passen. Hierdoor kun je sneller inspelen op nieuwe trends, makkelijker nieuwe technologieën toevoegen en de klantbeleving verbeteren, wat uiteindelijk meer voordelen oplevert op de lange termijn.

3

Eenvoudig van leverancier wisselen

Mijn business is complex en heeft een uitgebreide loyalty flow, die ik met maatwerk goed kan afhandelen binnen mijn huidige e-commerce pakket. Waarom zou ik overstappen naar een Composable Commerce aanpak zonder maatwerk? Hoe wordt dit dan opgelost?

In een composable aanpak kan het loyalty pakket direct in de frontend worden geïntegreerd, zonder dat het invloed heeft op het digital commerce platform. Dit geldt voor loyalty pakketten maar ook andere pakketten die via API's benaderbaar zijn. De voordelen op lange termijn zijn lagere doorontwikkelkosten, omdat het loyalty pakket losstaat van het platform. Ook kun je later eenvoudig van leverancier wisselen om dezelfde reden.

4

Eenvoudig functies toevoegen

Kan ik sneller nieuwe functionaliteiten toevoegen zonder afhankelijk te zijn van IT? Bijvoorbeeld het lanceren van nieuwe betaalmethoden, het toevoegen van reviews of een extra storefront zonder al te veel IT-afhankelijkheid.

Composable Commerce maakt gebruik van een modulaire architectuur waarbij systemen via API's met elkaar communiceren. Elke functionaliteit, zoals een betaalmethode, werkt als een losse module en kan eenvoudig worden toegevoegd, aangepast of vervangen zonder grote impact op de rest van het systeem. Doordat de headless frontend ook via API's gekoppeld is, kunnen extra frontends snel worden geïmplementeerd zonder dat achterliggende systemen aangepast hoeven te worden.

5

Content eenvoudig beheren

Wat verandert er voor zakelijke gebruikers bij het werken met een headless CMS en een headless geïntegreerde search-oplossing?

Een headless CMS geeft zakelijke gebruikers de vrijheid om content eenvoudig te beheren zonder afhankelijk te zijn van IT. Dit maakt het mogelijk om content sneller bij te werken en direct op meerdere kanalen te publiceren, zonder technische kennis. Een moderne headless zoek- en merchandisingoplossing optimaliseert de zoekfunctie en maakt het eenvoudig om producten dynamisch te sorteren op basis van slimme regels. Bovendien biedt het waardevolle data-inzichten, waardoor zakelijke gebruikers beter aankoopgedrag kunnen analyseren en gericht optimalisaties kunnen doorvoeren. Zo wordt het zoek- en merchandising proces efficiënter en effectiever.

6

Betere klantbeleving

Hoe helpt Composable Commerce om de klantbeleving te verbeteren?

Composable Commerce maakt je website sneller en flexibeler. Dankzij een headless opzet laadt de site snel, werkt goed op mobiel en kun je de gebruikerservaring makkelijk aanpassen aan trends en wensen van je klanten. Het zorgt ervoor dat je frontend altijd up-to-date blijft, zodat klanten een moderne en prettige ervaring hebben, zonder dat je constant grote technische updates hoeft te doen.

PRAKTIJKVOORBEELDEN:

Succesvolle transformaties

Hieronder volgen een aantal praktijkvoorbeelden van bedrijven die voordelen hebben behaald met een composable aanpak.

CHASIN'

CHASIN'

Het contentteam kan nu veel sneller pagina's en campagnes live zetten dankzij het gebruiksvriendelijke headless CMS Prismic. CHASIN' gebruikte Tweakwise al voor search en merchandising, maar de nieuwe headless integratie zorgt ervoor dat productpagina's veel sneller laden.

Daarnaast is Adobe Commerce geoptimaliseerd, en in combinatie met moderne hosting voor zowel de front- als backend resulteert dit in betere prestaties en minder onderhoud.



BIKE Totaal

BIKE TOTAAL

Bike Totaal haalt veel voordelen uit de composable aanpak. De doorontwikkeling van het platform verloopt sneller, met minder tijd en budget voor updates en meer focus op nieuwe functies. Medewerkers merken dat het werk hierdoor niet alleen efficiënter, maar ook leuker is geworden. De flexibiliteit van het CMS speelt hierin een grote rol. Ook is het platform nu sneller en beter geoptimaliseerd voor SEO. Daarnaast is de toegevoegde waarde van e-commerce makkelijker uit te leggen aan franchisenemers. Door de lagere onderhoudskosten is er meer budget beschikbaar voor de doorontwikkeling van het platform. .

HANOSSHOP.COM

Deze nieuwe webshop draait, net als hanos.nl, op SAP Commerce Cloud. Door gebruik te maken van de API's in communicatie(OCC) -laag van SAP is het platform headless gemaakt. Het grootste voordeel hiervan is de keuzevrijheid, waardoor best-in-class oplossingen gekozen kunnen worden.

Het headless CMS maakt het mogelijk de interface continu te verbeteren, zonder dat de IT-afdeling ingeschakeld hoeft te worden. Doordat de OCC-laag nu beschikbaar is gesteld, kan deze efficiënt voor de andere dochterbedrijven worden ingezet, wat zorgt voor een uniforme en flexibele oplossing.

VAN DER PLAS GROUP

Door de composable aanpak heeft Van der Plas Group zich weten te onderscheiden van concurrenten met hetzelfde platform. De oude webshops waren identiek aan die van concurrenten, maar met deze nieuwe aanpak hebben de webshops van Van der Plas Group nu een unieke uitstraling die beter aansluit bij de gebruikerswensen.

Dit maakt de webshops flexibeler, schaalbaarder en zorgt voor een verbeterde gebruikerservaring. Het headless CMS vereenvoudigt contentbeheer, waardoor marketing meer controle heeft, en de verbeterde zoekfunctie versnelt de productvindbaarheid.

Hoe begin je?

Jouw eerste stappen in Composable Commerce

KLEIN BEGINNEN ZONDER JE HELE PLATFORM TE VERVANGEN

De stap naar een volledig nieuw platform, oftewel een “Big Bang Migratie”, is voor veel bedrijven groot, vaak zelfs te groot. Maar er is wel een wens om met name de voorkant van de website, dat deel dat de gebruikers zien, te moderniseren. Steeds meer partijen kiezen daarom voor een geleidelijke overgang waarbij belangrijke delen van het bestaande commerce platform behouden blijven.

Oftewel: **Think Big start small.**

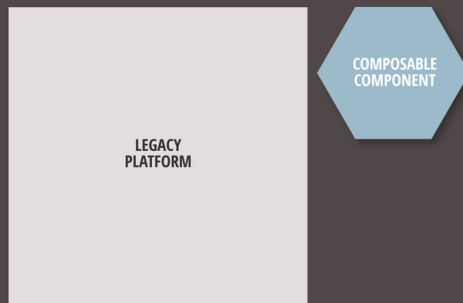
Het startpunt van zo'n oplossing is een zogenaamde headless frontend, dat deel van websites die gebruikers in hun browser zien. In deze fase levert het bestaande platform het merendeel van de functionaliteiten maar voor enkele functionaliteiten worden nieuwe modules toegevoegd.

Gedurende het migratietraject kan het bestaande commerce platform steeds verder worden uitgekleeft waarbij steeds meer functionaliteiten worden vervangen door moderne varianten. Dit wordt ook wel een migratie op basis van een **Strangler Façade** genoemd.

Strangler Façade

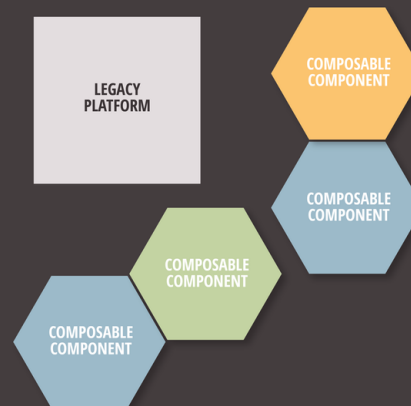
Early migration

FRONTEND(S)



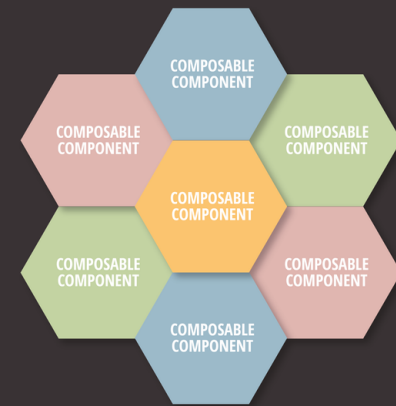
Later migration

FRONTEND(S)



Complete migration

FRONTEND(S)





Quick wins: welke onderdelen kun je als eerste vervangen door moderne modules

Je kunt al snel quick wins behalen met een composable aanpak door juist die functionaliteiten aan te pakken waar traditionele digital commerce platforms het zwakst zijn: Het zoeken, sorteren en aanbevelen van producten (Search & Merchandise) en het beheren van (marketing) content (CMS).

Het vervangen van deze onderdelen door moderne modules levert direct merkbare verbeteringen op in de klantbeleving en zorgt ervoor dat bedrijven efficiënter kunnen werken.

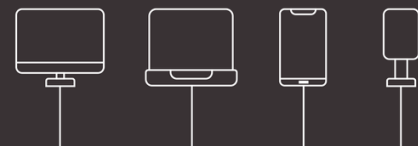
Omdat deze tools vaak headless en API-first zijn, kunnen ze vrij eenvoudig geïntegreerd worden met het bestaande platform. De effecten van deze tools zijn snel zichtbaar waardoor bedrijven direct de voordelen van composable commerce ervaren.

Search & Merchandising

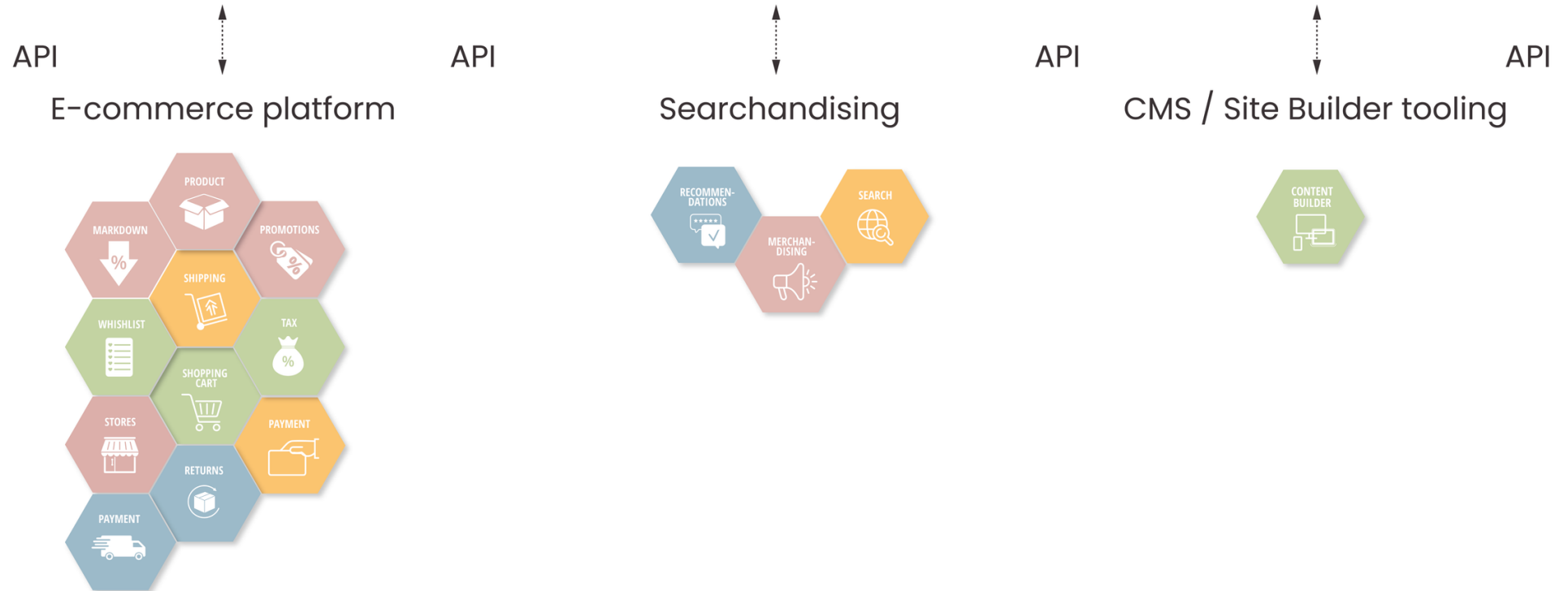
Een krachtige zoek- en merchandising tool helpt klanten sneller en relevanter producten te vinden, wat conversies verhoogt en de omzet stimuleert. Slimme aanbevelingen en gepersonaliseerde zoekresultaten verbeteren bovendien de klantervaring.

Content Management Systeem

Door een flexibel CMS toe te voegen, kunnen marketing- en content teams eenvoudiger campagnes beheren, landingspagina's maken en content aanpassen zonder afhankelijk te zijn van IT, wat de time-to-market versnelt.



FRONTEND(S)





Intern draagvlak creëren en stakeholders overtuigen

De belangrijkste voorwaarde voor het slagen van een digitale transitie, dus ook de implementatie van een composable aanpak, is draagvlak in de organisatie. Dat draagvlak creëren begint met het identificeren van de belangrijkste stakeholders en duidelijk maken welke voordelen deze aanpak voor hen heeft.

1. Definieer de belangrijkste stakeholders binnen jouw organisatie en krijg inzicht in hun dagelijkse uitdagingen.
2. Betrek belangrijke stakeholders vanaf het begin, bijvoorbeeld IT, marketing, logistiek en digital commerce . Begrijp hun uitdagingen en laat zien hoe Composable Commerce deze oplost.
3. Ga op zoek naar interne ambassadeurs die enthousiast zijn over de verandering en die hun collega's overtuigen van de voordelen.
4. Maak een roadmap met quick wins. Begin met kleine, zichtbare verbeteringen (zoals search & CMS) om voordelen snel aan te tonen
5. Gebruik data en maak successen meetbaar. Stel KPI's op en maak de behaalde resultaten inzichtelijk.
6. Vier successen. Deel de successen met de stakeholders en maak duidelijk wat hun aandeel hierin was.

Bovenstaande punten zorgen voor een combinatie van strategische communicatie, meetbare successen en goede interne samenwerking en daarmee zorg je voor breed draagvlak en een succesvolle adoptie van Composable Commerce.

Samenvatting en Conclusie

Composable Commerce biedt zakelijke gebruikers veel meer controle en flexibiliteit. Bedrijven zitten niet vast aan één alles-in-één platform, maar kunnen de beste tools kiezen voor specifieke taken, zoals contentbeheer, zoekfuncties, CRM of PIM. Dit maakt het makkelijk om snel in te spelen op veranderingen in de markt en klantbehoeften, zonder steeds IT nodig te hebben voor aanpassingen.

Voor marketing- en content teams betekent dit dat ze sneller campagnes en content kunnen lanceren zonder dat ze telkens IT moeten inschakelen. Dit versnelt de time-to-market.

IT-teams hoeven niet langer met één groot platform te werken, maar kunnen zich richten op losse microservices. Dit maakt het werk makkelijker, vermindert technische afhankelijkheden, zorgt voor gescheiden codebases met een lager risico en versnelt de doorontwikkeling. Bovendien zijn big bang migraties niet meer nodig, waardoor systemen stapsgewijs kunnen worden gemoderniseerd zonder grote verstoringen.

Merchandisers en productmanagers kunnen sneller inspelen op trends en klantgedrag, omdat ze gebruik kunnen maken van flexibele en dynamische tools voor zoekfuncties en merchandising. Zo kunnen ze productaanbevelingen en promoties snel aanpassen en optimaliseren op basis van actuele inzichten.

Kortom, met een composable aanpak kunnen zakelijke gebruikers sneller nieuwe functionaliteiten toevoegen, makkelijker nieuwe technologieën testen en de klantbeleving verbeteren, en dat allemaal zonder vast te zitten aan één systeem. Verder kun je eenvoudig van leverancier wisselen als dat nodig is, wat je meer vrijheid geeft en op de lange termijn kosten bespaart.

**Wil je weten wat Composable Commerce voor jouw bedrijf kan betekenen?
Vraag een demo aan bij business@kega.nl of bel naar +31 (0)252 750 275.**

Waarom is **Kega** jouw partner voor Composable Commerce?

Al meer dan 25 jaar zetten wij ons in om het maximale potentieel van onze opdrachtgevers ten volle te ontplooiën. Samen met meer dan 80 gepassioneerde collega's helpen wij onze opdrachtgevers in hun digitale transitie.

Door het bieden van geïntegreerde oplossingen op het gebied van digital strategy, digital commerce en digital solutions brengen we de business van onze opdrachtgevers verder.

Door het verbinden van expertises zijn we een betrouwbare en inspirerende sparringpartner die strategisch denken combineert met regelen en gewoon doen!

We hebben inmiddels meer dan vijf jaar ervaring met Composable Commerce en hebben zeer uitgebreide kennis in het bouwen van flexibele en schaalbare digitale platformen. Op het moment van schrijven van deze paper hebben we meer dan tien merken geholpen bij de succesvolle migratie naar een composable aanpak.

Onze experts



Ard van Leeuwen – Partner

Ard is een gepassioneerde innovator met een grote liefde voor nieuwe technieken. Met meer dan 20 jaar ervaring in digital commerce helpt hij bedrijven de nieuwste technologieën toe te passen in hun digitale strategieën, waaronder Composable Commerce.



Lars Rezelman – Ecommerce Architect

Lars is een e-commerce architect met tien jaar ervaring op gebied van systeemintegraties. De afgelopen vijf jaar heeft hij zich gespecialiseerd in Composable Commerce en helpt bedrijven met het opzetten van een flexibele en schaalbare IT architectuur.



Stefan de Jong – Digitaal Strateeg

Stefan de Jong is digital commerce strateeg bij Kega met bijna 20 jaar ervaring in de online en retailsector. Hij helpt bedrijven bij het ontwikkelen van toekomstbestendige digitale strategieën, vaak gebaseerd op een Composable Commerce aanpak.

Onze experts



Ricky Wils- Lead Front-end Developer

Ricky heeft meer dan vijf jaar ervaring met het ontwikkelen van moderne headless frontends in React JS. Als Lead Front-end Developer focust hij op codekwaliteit, SEO-optimalisatie en herbruikbare componenten om efficiënte en schaalbare frontends te bouwen.



Joachim Dircke- Sales en Partnermanager

Vanuit zijn rol heeft Joachim veel contact met klanten en prospects en weet daardoor goed wat bedrijven zoeken in een digital commerce platform. Door zijn goede band met partners kan hij de juiste partijen voorstellen aan klanten.



Jeroen van Meel - Business Growth Manager

Jeroen is een gedreven professional met een passie om business groei te halen uit moderne technologie. De afgelopen jaren heeft hij bij verschillende agencies en een composable platform kennis opgedaan. Waarbij hij organisaties helpt de meest complexe digitale uitdagingen op te lossen en strategieën voor organisaties op te zetten!

Onze partners

MultiSafepay



mollie

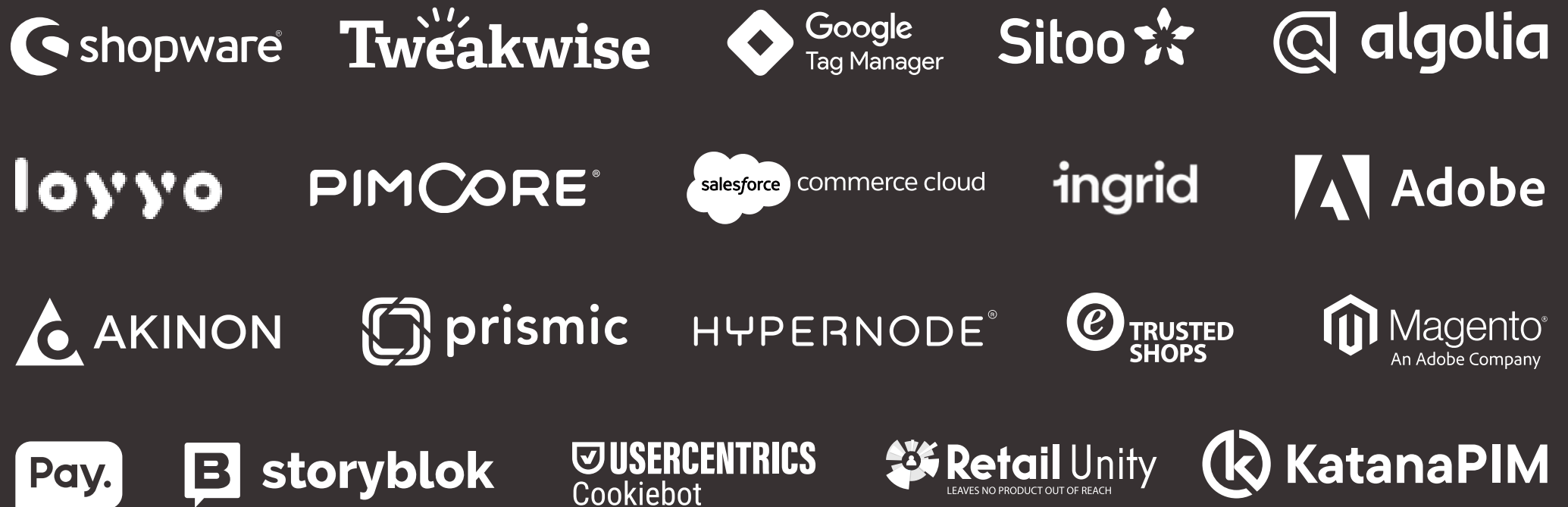


.centra



bloomreach







Let's stay in touch!

business@kega.nl
+31 (0)252 750 275

kega.