

NR.25 | VIJFMAANDELIJKS | oktober 2023

ECONOMIE WERKT

MAGAZINE VLAAMS-BRABANT



Een virus om gezonde genen binnen te smokkelen

Interview met professor Els Henckaerts, KU Leuven

In de kijker

Designverlichting
van oude fietssturen

Datagedreven
marketing



**VLAAMS-
BRABANT**

de provincie, jouw streekmotor

In de kijker

4

- * Sterkere sociale economie dankzij Europa
- * In je agenda

Designverlichting van oude sturen

6

Vzw VELO en ontwerper Sep Verboom vinden elkaar.

Een virus om gezonde genen binnen te smokkelen

8

In het labo voor Virale Celbiologie & Therapeutica.





Datagedreven marketing helpt je betere beslissingen te nemen

13

Dubbelinterview Christophe Dedoncker (Castaar) en Franky Willekens (Boondoggle).

Beste lezer,

In het laboratorium voor virale celbiologie en therapeutica van de KU Leuven gebeuren wonderen!

Onderzoekers slagen erin met een speciaal ontworpen virus defecte genen te repareren of te vervangen. Een revolutionaire behandeling die kan leiden tot de genezing van zoveel zeldzame genetische ziektes. Maar tussen onderzoek en een werkend medicijn op de markt zijn nog veel meer stappen te zetten. Academiërs en ondernemers uit de biotech- en farmaindustrie spreken immers zowat een andere taal. Samenwerking is dus nodig om elkaar te begrijpen, soms letterlijk. De Advanced Therapies Summit op 19 oktober in het provinciehuis in Leuven is daarom heel erg belangrijk. Levensreddend zelfs. Deze conferentie brengt belanghebbenden uit de publieke en private sector samen: geneeskundigen, academiërs, ondernemers, vertegenwoordigers van overheden. Dat is niet toevallig hier, in Vlaams-Brabant. Want wij zijn een topregio in de medische (bio) technologie, onderzoek en geneesmiddelen.

Met data kan je wonderen verrichten!

Algoritmes weten beter dan jij zelf waarnaar je op zoek bent, als je de online advertenties en mails mag geloven. Als onderneming leer je met een doordachte datagedreven marketing je klanten veel beter kennen. En dat geldt niet alleen voor multinationals, ook kleine bedrijven kunnen er voordeel uit halen. Experten Christophe Dedoncker van Castaar en Franky Willekens van Boondoggle doen het allemaal uit de doeken tijdens een Ronde Tafel van Smart Hub en Voka. En in dit nummer.

De medewerkers van vzw VELO maken wonderlijke dingen!

En dan gaat het niet alleen om fietsen repareren. Ze maken ook de mooiste designlampen volgens een ontwerp van Sep Verboom. Hij werd in 2020 nog 'Designer of the Year' op de Biennale Interieur omwille van zijn sociaal geëngageerde design. Of hoe afgedankte sturen een nieuw leven krijgen als unieke lampen met de hulp van de sociale economie. Ik haal alvast een lamp in huis. Jij ook?



Van getherapie tot datagedreven marketing, in Vlaams-Brabant verrichten we elke dag wel kleine en grote 'wonderen'.



Veel wonderlijk leesplezier!

Ann Schevenels
Gedeputeerde voor economie

* IN DE KIJKER

Sterkere sociale economie dankzij Europa

Klinkt de naam SECON je (nog) niet bekend in de oren? Dat hoeft niet te verbazen. SECON is een gloednieuw project van de Europese Unie waarbij negen Europese partners, waaronder de provincie Vlaams-Brabant, financiële middelen krijgen om de sociale economie nog sterker te maken in eigen regio. Een kolfje naar de hand van Vlaams-Brabant dat al hard inzet op projecten zoals doeners.be, People Made en Smart Loops.

Het project mikt in de eerste plaats op samenwerking en het bundelen van de Europese krachten. Zo zullen de projectverantwoordelijken uit de verschillende landen ervaring met elkaar uitwisselen en kennis delen. Ze zullen onderzoeken hoe ze lokale beleidsinstrumenten zo efficiënt mogelijk kunnen inzetten om de economie en de werkgelegenheid aan te zwengelen.

Op 28 augustus kwamen de Vlaams-Brabantse partners een eerste keer samen in het Beverbeekhuis in Diest. Het gaat om vertegenwoordigers van People Made, Leader+, regisseurs sociale economie en werk, dienst economie van de provincie, doeners.be en Febecoop (De Belgische Federatie van de Sociale en Coöperatieve Economie). Deze partners maken deel uit van de regionale stakeholdersgroep.

Vragen over SECON?

Stel ze via sven.sterckx@vlaamsbrabant.be



* IN JE AGENDA

17 OKTOBER 2023 - LANDEN

ECODESIGN VOOR EXPERTS *Hydro Building Systems Belgium in Landen*

Heb jij met jouw bedrijf al (grote) stappen gezet in het verduurzamen van de ontwerpen van je producten of diensten? Dan is deze gratis opleiding waarin je dieper ingaat op ecodesign iets voor jou!

Ecodesign? Dat is het zodanig ontwerpen van producten of diensten zodat je eenvoudiger materialen kunt hergebruiken, herstellen of recycleren. Zo minimaliseer je de milieu-impact van de producten die je aankoopt of produceert. In de opleiding leer je hoe je esthetiek aan ecodesign koppelt en hoe je producten uit de markt kan terugkrijgen voor 'remanufacturing'. Maar ook hoe je een solide circulaire businesscase maakt die de toegevoegde waarde van ecodesign capteert over de volledige levensduur van een product.

>> Schrijf je in via www.smarthubvlaamsbrabant.be/activiteiten

19 OKTOBER 2023 - PROVINCIEHUIS, LEUVEN

CONFERENTIE ADVANCED THERAPIES SUMMIT



Hoever staat het onderzoek naar cel- en gentherapieën en weefselmanipulatie in onze provincie? Welke concrete toepassingen zijn mogelijk? Dat kom je te weten op de Advanced Therapies Summit in het provinciehuis in Leuven. Je leert ook meer over het wetgevend kader en bekijkt de therapie vanuit het perspectief van de patiënt. Neem deel aan matchmingsessies (B2Match) en bezoek de stands en virtuele posters.

Op pagina 8 blikte professor Els Henckaerts van het Laboratorium voor Virale Celbiologie & Therapeutica van de KU Leuven vooruit naar de conferentie.

>> Grijp de laatste kans om in te schrijven:
advancedtherapiessummit2023.b2match.io

26 OKTOBER 2023

RESTAURANT TERBORGH - HUIZINGEN

VOKA & SMART HUB

Ronde Tafel West-Brabant: Data Driven Marketing

In een wereld waarin we worden overspoeld met informatie, is het van cruciaal belang om de juiste persoon op het juiste moment te bereiken met de juiste boodschap. Dat is wat datagedreven of data driven marketing doet. Tijdens deze Ronde Tafel schuif je aan bij twee experts in de materie zodat je na afloop zelf aan de slag kan.

Experten Christophe Dedoncker van Castaar en Franky Willekens van Boondoggle geven een voorsmaakje op pagina 13.

>> Schrijf je in via www.smarthubvlaamsbrabant.be/activiteiten

17 NOVEMBER 2023 - BRUSSEL

STATEN-GENERAAL ARBEIDSZORG

Arbeidszorg bestaat 25 jaar! Een goed moment om terug te blikken, vooruit te kijken én oplossingen te zoeken om de vele mogelijkheden van arbeidszorg nog beter te benutten. Heb je interesse, dan ben je van harte welkom op de Staten-Generaal van de Ronde Tafel Arbeidszorg op 17 november in het Vlaams-Parlement van 9u tot 17u.

Vier thema's staan centraal: een divers aanbod garanderen en kwalitatieve begeleiding geven, groeikansen aanbieden, het statuut verzekeren en een geïntegreerde ketensamenwerking opzetten.

Het belooft een inspirerende dag te worden met toonaangevende sprekers, getuigenissen van de doelgroep, een panelgesprek, interactieve workshops en een markt van arbeidszorginitiatieven. Simon Geens, inclusieambassadeur en bekend gezicht van 'Down The Road', trapt de dag op gang.

>> Wil je deelnemen?

Stuur dan snel een mail naar mieke.frans@vlaamsbrabant.be



MAANDAG 4 DECEMBER - STADION OH LEUVEN

NETWERKEVENT SMART LOOPS

Wil jij alles weten over de nieuwste tendensen binnen de circulaire economie? Ben jij benieuwd naar hoe de sociale economie de uitdagingen van vandaag mee kan aanpakken? Kom dan naar het boeiende Smart Loops netwerkevent in Stadion 'Den Dreef' van OH Leuven.

Om 14 uur geeft moderator Britt Buseyne de aftrap voor een gevarieerde namiddag bij OHL waar ze de pintjes in herbruikbare bekertjes tappen. Laat je inspireren door circulaire partnerschappen, vind partners in crime uit de circulaire economie of doe zelf een oproep in de speakers corner. Geniet tot slot van een hapje en drankje terwijl je nieuwe contacten legt.

>> Meer info bij katrijn.geyskens@vlaamsbrabant.be

VAN 9 DECEMBER 2023 TOT 15 JANUARI 2024

EINDEJAARSACTIE 'LIEVER LOKAAL'



Het eindejaar is een topperperiode voor de lokale handelaars. De cel detailhandel van de provincie Vlaams-Brabant draagt daar graag haar steentje bij met de digitale promotieactie 'Liever Lokaal'. Gemeentes kunnen deelnemen om hun handelaars te ondersteunen.

Hoe werkt het?

Bij elke aankoop die de klant bij een handelaar doet, kan hij of zij de QR-code van de handelaar scannen via de app 'ikkooplokaal'. Uit alle inzendingen trekt een digitale hand de winnaars. Zo maken klanten kans op mooie prijzen geschonken door de handelaars, de gemeentes en de provincie.

De provinciale hoofdprijs is alvast een topper: twee inwoners uit Vlaams-Brabant snorren straks weg op een e-bike! Elke gemeente krijgt ook een leuke trolley, gemaakt door de sociale economie. Die kan naar hartenlust worden gevuld met prijzen. Elke deelnemende gemeente kan bovendien rekenen op een volledig communicatiepakket.

>> Meer informatie?

Mail naar alexander.leysen@vlaamsbrabant.be

VZW VELO EN ONTWERPER SEP VERBOOM VINDEN ELKAAR

DESIGN- VERLICHTING VAN OUDE STUREN



Een unieke designlamp van designer Sep Verboom in huis halen? Goed idee, zeker als je weet dat de lamp is gemaakt van een gerecupereerd fietsstuur door de medewerkers van vzw VELO in Leuven, mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. "Je moet een balans vinden tussen het sociale, het duurzame en het economische", vertelt de ontwerper.





De Belgische designer Sep Verboom is niet zomaar alleen ontwerper. Hij vindt de context waarin een design tot stand komt minstens even belangrijk als het resultaat, waarbij hij mensen samenbrengt en hele gemeenschappen betreft om tot een duurzaam en sociaal verhaal te komen. Dat doet hij onder de koepel van zijn platform Livable, waar hij onder meer samenwerkt met gemeenschappen in de Peruaanse Amazone, Indonesië, maar evengoed in Leuven. Zijn engagement voor sociaal geëngageerd design leverde hem in 2020 de prestigieuze titel 'Designer of the Year' op van Biennale Interieur. In 2018 won hij de Belgische Henry Van De Velde Award voor Jong Talent.

Volmaakt, een kennis- en expertisecentrum rond sociaal design, bracht Sep in contact met vzw VELO. "We hebben verschillende sociale-economiebedrijven bezocht. We keken naar het materiaal waarmee ze werkten, wat de mogelijkheden waren. Bij VELO zag ik kansen. Ze hebben grote ateliers en fietsen in overvloed. Door fietsen te herstellen en stukken te vervangen, verlengen de medewerkers de levenscyclus van het product. Een sterk en duurzaam verhaal."

INTERESSANTE AFDANKERS

"Maar natuurlijk is de instroom aan fietsen in een fietsstad als Leuven enorm groot. Niet alles valt nog te repareren. Dus is er een overschot aan onderdelen waar niets meer mee aan te vangen is. Veel banden, die trouwens moeilijk te recyclen zijn, en oude fietsframes die uiteindelijk naar de schroothandel gaan. De afgedankte fietsen liggen in con-

tainers, letterlijk in een steegje achter de ateliers. Uiteindelijk wordt al dat staal en aluminium wel gerecycleerd, maar het kost veel energie om het te smelten tot een nieuwe grondstof. Hoe langer je iets kan hergebruiken of herbestemmen, hoe beter. Dus ging ik aan het ontwerpen."

Aanvankelijk wilde Sep geen nieuwe lamp ontwerpen. "Dat had ik in het verleden al genoeg gedaan, vond ik. Maar wat dan wel? Samen met de mensen van Volmaakt voerden we een marktonderzoek uit. Wat werkt er? Welke prijszetting is realistisch? Want sociale productie of niet, wat je in België produceert, heeft een prijskaartje. We hebben veel pistes bekeken, en zijn uiteindelijk toch bij verlichting terechtgekomen."

EENHEID IN VERScheidenheid

De afgedankte sturen bleken het meest geschikt. "Daar komt de expertise van de ontwerper naar boven. Frames bleken niet echt geschikt, ze komen in te veel verschillende vormen. Je hebt een minimum aan uniformiteit nodig in vorm en materiaal, zodat je een rode draad vindt. Want als koper wil je weten wat je koopt. Elke lamp is wel telkens een uniek product maar er moet toch een eenheid in de hele lijn zitten. Ook voor de productie zelf is uniformiteit belangrijk. Zo kunnen de medewerkers van VELO een kleine productielijn opzetten. Door het aantal handelingen duidelijk te bepalen, geef je de medewerkers handvatten en kan iedereen efficiënt werken."

TUSSEN IDEALISME EN REALISME

Het idealisme van Sep Verboom is groot, maar gaat niet ten koste van zijn economische realisme. Een ontwerp moet uiteindelijk vermarktbaar zijn. "Ik heb heus wel een periode gehad waarbij ik vooral idealistisch was en weinig oog had voor de rest. Wat naïef dacht ik al snel dat het allemaal wel zou lukken als een product maar een sociaal en duurzaam verhaal had. Maar nu weet ik dat je een balans moet vinden tussen het sociale, het duurzame en het economische als je wilt dat een ontwerp een succes wordt op langere termijn. Niet alleen voor jou als ontwerper, maar voor alle mensen die je hebt meegenomen in het verhaal."

Hetzelfde geldt voor de sociale economie. "Sociale-economiebedrijven streven ernaar steeds minder afhankelijk te zijn van subsidies. Met meer 'reguliere' opdrachten die hen helpen op langere termijn te blijven draaien. De creatieve sector is daarbij een nieuwe partner. We kunnen elkaar voeden en uitdagen. Ontwerpers die een beroep doen op de sociale economie moeten dingen op een andere manier benaderen. Niet op een grote, industriële schaal maar kleinschaliger, menselijker."

Een mooi sociaal verhaal, maar vooral ook een mooie en unieke lamp. En die kan jij in huis halen via www.peoplemade.be/geschenkpakketten/design-lamp.

> PROJECT
Sociaal gemaakt

> PARTNERS
Volmaakt, vzw Velo,
Sep Verboom

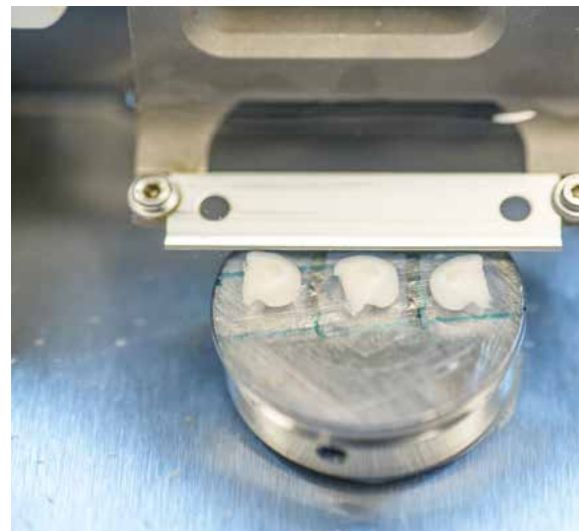
> SUBSIDIE PROVINCIE
VLAAMS-BRABANT
40.000 euro

Een virus om gezonde genen binnen te smokkelen

IN HET LABO VOOR VIRALE CELBIOLOGIE
& THERAPEUTICA

Defecte genen herstellen of vervangen om genetische ziekten te genezen. Klinkt misschien eenvoudig, maar dat is het helemaal niet. Het Laboratorium voor Virale Celbiologie & Therapeutica van de KU Leuven doet onderzoek naar deze baanbrekende genterapie. Dat moet uiteindelijk leiden naar nieuwe geneesmiddelen, of Advanced Therapy Medicinal Products (ATMP's). Maar daarvoor is samenwerking nodig tussen academici, de biotech- en farma-industrie en de overheid. De Advanced Therapies Summit brengt hen samen in het provinciehuis in Leuven. Professor Els Henckaerts van KU Leuven geeft een voorbeschouwing.





Wie is Els Henckaerts?

Professor Els Henckaerts promoveerde aan de Universiteit Antwerpen en de Mount Sinai School of Medicine in New York. Na haar studies geneeskunde haalde ze een doctoraat in de stamcelbiologie. Het bracht haar naar New York, waar ze van vakgebied veranderde en begon te werken aan Adeno-Associated Virussen (AAV). Later begon ze een eigen labo aan het King's College London. Waar ze onder meer een (gepatenteerde) neurotropische AAV-capside ontwikkelde die gebruikt kon worden voor de behandeling van neurologische aandoeningen. Sinds 2019 leidt ze het Laboratorium voor Virale Celbiologie & Therapeutica aan de KU Leuven.



Professor Els Henckaerts is het hoofd van het Laboratorium voor Virale Celbiologie & Therapeutica. Het labo van de KU Leuven doet onderzoek naar AAV-gentherapie, of Adeno-Associated Virus-gentherapie. Deze therapie maakt gebruik van een speciaal ontworpen virus om een gezond gen in het lichaam in te brengen of om een defect gen te repareren of vervangen. Een revolutionaire behandeling die kan leiden tot een blijvende genezing. Heel anders dan reguliere therapie die zich doorgaans richt op het beheersen van symptomen of het corrigeren van storingen in het lichaam, zonder de onderliggende genetische oorzaken van (erfelijke) aandoeningen aan te pakken. Gentherapie doet dat wel.

Hemofilie

“Gentherapie is in volle ontwikkeling en wordt niet voor alle aandoeningen gebruikt”, vertelt professor Henckaerts. “Toch zijn er al enkele medicijnen op basis van gentherapie - zogenaamde Advanced Therapy Medicinal Products - op de markt. Onder meer voor de behandeling van

de bloedstollingsziekte hemofilie. De reguliere therapie bestaat erin dat de patiënten het ontbrekende eiwit – de stollingsfactor in het bloed – wordt toegediend. Dat moet op een heel regelmatige basis gebeuren, soms meerdere keren per week. Dankzij gentherapie is er nu een medicijn waarbij een eenmalige behandeling met een AAV-virus volstaat. Dat virus dringt de cellen van de patiënt binnen en zorgt ervoor dat het ontbrekende eiwit wordt aangemaakt. Het herstelt dus de verstoorde cellen.”

Ook voor de behandeling van kanker heeft de vernieuwende gentherapie haar nut al bewezen. “De T-cellen in je lichaam maken deel uit van je afweersysteem. Ze herkennen kankercellen en ruimen ze op. Maar kankercellen zijn ongelooflijk slim, ze verdoezelen wat ze zijn en misleiden zo de T-cellen. Maar T-cellen kunnen uit het bloed gehaald en genetisch aangepast worden met een retro- of lentivirus, zodat ze de tumor beter herkennen en doden. We maken als het ware een betere versie van de T-cellen en brengen die opnieuw in het lichaam binnen.”

ren, en zo voort. Er moet dus eerst uitgebreid getest worden welk capsid het meest geschikt is om het therapeutisch gen in een specifiek weefsel te krijgen. Soms is het zelfs nodig nieuwe eiwitmantels te ontwikkelen. Ook moet er meestal heel wat gesleuteld worden aan het genetisch materiaal van het virus. Wat is bijvoorbeeld de aangewezen promotor, de ‘schakelaar’ die het gen aanstuurt? Hoeveel van de herstellende proteïnen heb je nodig om de ziekte op een veilige en efficiënte manier te behandelen? Ook moet er voor ieder gentherapieproduct een productieproces opgezet worden. De ontwikkeling van dit proces is veel ingewikkelder dan voor het produceren van traditionele medicijnen die meestal gebaseerd zijn op chemische stoffen. Er is met andere woorden nog veel onderzoek nodig om de behandelingen doeltreffender te maken en om de efficiëntie van het productieproces te verhogen. Voor het gros van de zeldzame genetische ziektes – 7000! – bestaat nog geen behandeling. We hebben nog veel werk voor de boeg.”

Niet voor elke ziekte

AAV-gentherapie is echter niet dé oplossing voor elke genetische afwijking. “Het DNA van AAV wordt zelden tot nooit vastgezet in het genoom van de patiënt, waardoor je de therapie alleen kan gebruiken voor weefsels waarin de cellen zich niet vermenigvuldigen. Want als de cellen in een weefsel zich vermenigvuldigen, worden de cellen met de verbeterde genen uitgedund. Gentherapie lukt nog voor de lever, waar deze celverspreiding beperkt is. En zeker ook voor het netvlies van het oog. Maar voor ziekten zoals immuundeficiëntie waarbij we de stamcellen in het beenmerg moeten aanpassen, is AAV-gentherapie dus geen oplossing. Hiervoor wordt gebruikgemaakt van retro- en lentivirussen, net zoals voor het wapenen van T-cellen voor kankertherapie”.



Gentherapie is nog in volle ontwikkeling

Kinderschoenen

Opzienbarend, maar het onderzoek staat al bij al nog in de kinderschoenen en er zijn nog veel obstakels te omzeilen. “De ontwikkeling van een gentherapieproduct is complex. AAV-virussen bestaan uit een eiwitmantel met daarin het genetisch materiaal. Je hebt verschillende soorten van dergelijke proteïnemantels of capsides. De ene is beter voor de lever, de andere beter voor de spie-

“Bovendien zijn AAV-virussen niet heel efficiënt. Je moet vrij grote doses toedienen. Dat maakt dat er veel opgeslorpt wordt door de lever. Dit is problematisch voor mensen met leverlijden. Voor hen moeten we dus een oplossing zoeken. Hoe kunnen we de virussen in een lagere dosis toedienen en ervoor zorgen dat ze alleen terecht komen waar dat nodig is? We hebben in Leuven een nieuwe spin-off opgestart die daarop werkt.”

Naar een gestandaardiseerde ontwikkeling

Het Leuvense onderzoek is slechts een eerste stap naar een therapie. “Ons onderzoek buigt zich daarom ook over het gedetailleerd begrijpen van de werking van het AAV. We willen begrijpen hoe het AAV omgaat met cellen en hoe ze celprocessen kunnen omzeilen of gebruiken. Daaruit leren we hoe we de virale vectoren - de dragers van het virus - kunnen verbeteren en hoe we de opbrengst van het productieproces kunnen verhogen. Daarnaast werken we ook aan de ontwikkeling van genterapiebehandelingen van neurodegeneratieve ziekten en erfelijke doofheid. Om tot een werkend medicijn te komen, zijn er nog vele stappen te nemen. Om dit op een

veilige en gestandaardiseerde manier te doen, werken we samen met collega's van het UZ en de KU Leuven, en met farma- en biotechbedrijven. Met het uitbouwen van een kenniscentrum en infrastructuurhub rond genterapie in onze regio willen we een aanzienlijke bijdrage leveren aan de ontwikkeling van geneesmiddelen voor patiënten die nu nog ongeneeslijk ziek zijn.”

“De Europese Commissie, maar ook onze overheid, erkent dat er investeringen nodig zijn om de ontwikkeling van ATMP's te stimuleren. Daarvoor kijken ze niet alleen naar het uitreiken van beurzen om het onderzoek aan universiteiten te financieren, maar richten ze zich ook op het ondersteunen van samenwerkingen tussen kennisinstellingen en industriële partners zoals biotech- en farma-bedrijven. Omdat het hele proces zo complex is, zo lang duurt en zo veel geld kost, is het belangrijk om alle spelers op één lijn te krijgen. Zodat wij, onderzoekers, van de farma-industrie kunnen leren. De academische wereld heeft meestal andere prioriteiten dan de industrie. Academics willen hun studies en bevindingen publiceren, terwijl de industrie een veilig en efficiënt medicijn wil dat te commercialiseren is.”

200 belanghebbenden

Maar daarvoor is samenwerking heel belangrijk. De Advanced Therapies Summit op 19 oktober in het provinciehuis in Leuven brengt daarom 200 belanghebbenden uit de publieke en private sector samen - mensen uit de geneeskunde, de academische wereld, de industrie en overheden.

Het congres is een organisatie van Smart Hub Vlaams-Brabant samen met flanders.bio, GATE, at.las, Reg-MedXB Flanders en EEN.

advancedtherapiessummit2023.b2match.io



DOOR HET OOG VAN DE NAALD DANKZIJ CAR-T-CEL THERAPIE

In maart 2016 kreeg Constant De Koninck - toen 58 jaar - een harde diagnose in het UZ Gent: uitgezaaide lymfeklierkanker. Chemotherapie bleek niet te helpen en Constant zag zijn kansen op genezing slinken. “In het UZ Leuven stelden ze me voor om een innovatieve CAR-T-celtherapie uit te proberen. Ik twijfelde geen ogenblik”, zegt hij.

Artsen namen in 2019 T-cellen weg, die naar Los Angeles werden overgevlogen voor een genetische aanpassing. Toen de kanker in 2020 zijn opmars voortzette, werden de gemodificeerde cellen teruggeplaatst. Met effect, vandaag gaat alles goed met Constant. “Schrijf maar dat ik door het oog van de naald kroop. Ik ben dan ook bijzonder dankbaar voor deze innovatieve CAR-T-therapie.”



Dubbelinterview

**Christophe Dedoncker (Castaar)
en Franky Willekens (Boondoggle)**

DATAGEDREVEN MARKETING

Datagedreven marketing biedt je als ondernemer een unieke kijk in het gedrag van je klanten. Maar hoe begin je eraan? Hoe zit het met de privacywetgeving? En is datagedreven marketing alleen nuttig voor multinationals of ook voor de eenmanszaak? We springen op de digitale sneltrein met twee experts van creatieve agentschappen: Christophe Dedoncker, bedrijfsleider van Castaar en Franky Willekens, strategisch directeur bij Boondoggle.

>>

Leg eerst eens even uit: wat is datagedreven marketing precies?

Christophe Dedoncker: “Ik leg het even heel eenvoudig uit. Je kan je klant vandaag op twee manieren bereiken: offline en online. Offline is alles wat zich buiten het internet afspeelt. Online is via sociale media, e-mail, digitale advertenties en zo meer. Datagedreven marketing is altijd online. Het is een marketingmethode waarbij je digitale gegevens van je klanten verzamelt. Die gegevens helpen je om nieuwe klanten te werven of om het gedrag van je bestaande klanten te bestuderen. Denk aan de geboortedatum die je ingeeft, bijvoorbeeld om je account van bol.com aan te maken. Als je dan op je verjaardag een korting krijgt, kan dat omdat het bedrijf over die gegevens van jou beschikt.”

Franky Willekens: “In de communicatiesector zijn we gewend om een beroep te doen op onze intuïtie en creativiteit om beslissingen te nemen. We laten vaak ons buikgevoel spreken. Datagedreven marketing is daarentegen puur rationeel: we analyseren beschikbare data over het gedrag van klanten en prospecten en baseren onze beslissingen daarop. Met de opkomst van digitale media en digitale marketing werd bijna elke klantenactie meetbaar. Dat laat ons toe om betere, meer geïnformeerde beslissingen te nemen.”



Datagedreven marketing helpt je betere beslissingen te nemen

REALTIME INFORMATIE

Zoals welke beslissingen? Wat leren die online data je concreet?

Christophe: “Bijvoorbeeld, welke communicatiekanalen werken en welke niet. Zo kan je je marketingbudget heel gericht inzetten.”

Franky: “Je leert snel welke marketingcampagne effect heeft, en of je al dan niet je doelgroepkeuze, kanalen of creatieve uitingen moet bijsturen. Bij digitale marketing krijg je deze informatie zo goed als realtime. Het bereik, de doorklikratio's en de conversies, je ziet het meteen en je kan onmiddellijk ingrijpen. Je hoeft dus niet te wachten tot het einde van de campagne om er lessen uit te trekken, zoals dat bij een traditionele direct marketingcampagne wel het geval is.”

Hoe begin je als bedrijf aan datagedreven marketing? Kan je dat zelf doen of doe je best een beroep op een specialist?

Christophe: “Wij raden aan om met een extern bureau te werken. In de eerste plaats omwille van het creatieve aspect, in de tweede plaats omdat je als bedrijf heel veel geld kan weggooien als je geen kaas gegeten hebt van datagedreven marketing. Een campagne tikt al snel aan op je Visakaart, werk daarom altijd met deskundigen.”

Franky: “Het vergt inderdaad heel wat specialistische kennis om alle mogelijke facetten en disciplines te kennen van datagedreven, online marketing, of om alle platformen en bijhorende tools te beheersen. Je kan wel zelf enkele eenvoudige taken uitvoeren maar vaak heb je een combinatie van verschillende expertises nodig: voor sociale media, Google Ads, content planning, het creatieve aspect, e-mail marketing, database, analyse, en zo meer.”

Is datagedreven marketing nuttig voor een kleine eenmanszaak?

Christophe: “Voor de coronapandemie waren alleen grote kmo's en multinationals hiermee bezig. Nu zien we ook een verschuiving naar kleine bedrijven, alleen zien zij het nog (te) vaak als een kost in plaats van een kans. Maar we stemmen met de klant altijd een haalbaar startbedrag af. Dat varieert van klant tot klant en of hij of zij ervaring heeft met digitale advertenties of niet. We zoeken uit wat het beste werkt, want online marketing is altijd een stukje vallen en opstaan.”

Franky: “Zeker. Al kan een eenmanszaak niet opereren met de duurdere marketingpakketten zoals Adobe of Salesforce om hun datagedreven marketing efficiënt te laten verlopen. Maar de grote platformen zoals Google en Meta zijn voor hen even toegankelijk als voor grote bedrijven. Daarnaast bestaat er ook software voor mailings of voor een klantendatabank die ervoor zorgt dat je heel eenvoudig aan de slag kan gaan met je eigen data.”

PRIVACY

En hoe zit het met de privacy van de klanten? Kan de consument erop vertrouwen dat zijn gegevens beschermd zijn?

Christophe: “Daar houden wij uiteraard altijd rekening mee. We werken uitsluitend met gegevens die mensen vrijwillig hebben achtergelaten en waar ze hun toestemming voor gaven. Een strenge wetgeving is ook nodig, het is soms verontrustend wat je allemaal te weten komt over mensen zonder dat ze er zelf erg in hebben.”

Franky: “Privacy is een enorm gevoelig onderwerp voor de consument. Dit is ook een moeilijke materie voor marketeers geworden met een erg onduidelijke wetgeving op Europees en internationaal vlak. Wij raden altijd aan om

een zeer transparante 'consent-policy' te hanteren op de website, die duidelijk maakt welke gegevens je over de betrokken consument verzamelt en met welke doeleinden."

Maar de klant zelf heeft toch ook voordeel bij datagedreven marketing?

Christophe: "Absoluut! Er zijn voor de klant meer positieve dan negatieve gevolgen. Het is precies de taak van een agentschap om bij een klant te raken wanneer die daar nood aan heeft. Stel, je wil een elektrische wagen aanschaffen. Via datagedreven marketing krijg je dan die wagens te zien waarnaar je op zoek bent."

Franky: "We gaan ervan uit dat mensen best wel persoonlijke data willen afstaan in ruil voor meerwaarde in de vorm van een betere gebruikerservaring, op maat gemaakte aanbevelingen of promoties. Als je hierover transparant bent en uitlegt waarom je bepaalde data verzamelt, dan levert een 'consent policy' geen problemen op om data te verzamelen en te gebruiken. Klanten begrijpen heus wel het voordeel van het 'inleveren' van hun data."

Kan je als bedrijf nog zonder datagedreven marketing? Neem je als ondernemer een risico als je deze tool aan je laat voorbijgaan?

Franky: "Zonder de rationele informatie van datagedreven marketing ben je als ondernemer aangewezen op wat je buikgevoel zegt. Het profiel van je klanten opvolgen en als dat afwijkt van je originele doelgroep uit je marketingplan je kanaalkeuze en aanbod aanpassen, lijkt me een 'no-brainer'. Deze data zijn nu gemakkelijker dan ooit beschikbaar dankzij de digitalisering."

VISITEKAARTJES

Hebben jullie nog tips voor bedrijven die met datamanagement aan de slag willen?

Christophe: "Heel belangrijk: zorg dat de basis van je online communicatie in orde is. Dan bedoel ik je online visitekaartjes zoals je website, sociale media en zo meer. Het heeft geen zin om een dure datagedreven campagne op te starten als een klant daarna de informatie niet terugvindt waarnaar hij of zij op zoek is. Probeer ook je doelgroep zo duidelijk mogelijk af te bakenen bij een campagne."

Franky: "Start bij een profilering van je klanten: via je eigen database, via webanalyse of via gegevens uit je socialemediapagina's. En gebruik deze inzichten om extra klanten te winnen. Natuurlijk dien je je marketingdatabase, je website en je Meta-pagina dan ook zo op te zetten dat ze bruikbare inzichten opleveren. Maar daarbij kan een agentschap natuurlijk helpen".

SMART HUB

HEB JE NOG VRAGEN OVER DATAGEDREVEN MARKETING?

Kom dan op donderdag 26 oktober naar de Ronde Tafel West-Brabant in restaurant Terborgh in Huizingen. Je kan er Christophe en Franky persoonlijk ontmoeten. Een organisatie van Voka en Smart Hub Vlaams-Brabant.

www.smarthubvlaamsbrabant.be/activiteiten



**VLAAMS-
BRABANT**



Circulaire systemen en partnerschappen zijn de sleutels tot een duurzame toekomst. Ontdek jouw match op 4 december tijdens het Smart Loops netwerkevent bij OH Leuven.

Kom ook luisteren naar mijn keynote over circulariteit. Tot snel!

*Britt Buseyne,
Podcast-, content- en spraakmaker
rond duurzaamheid, ondernemen en
positieve impact*

