

Op weg naar Pluimen 3.0

Met de feestdagen voor de deur zijn het drukke tijden voor Pluimen, een bedrijf gespecialiseerd in keuzecadeaus. Immers, veel bedrijven geven voor de kerst hun medewerkers een Pluim voor het verrichte werk. Achter de schermen is het Rotterdamse bedrijf ook hard aan het werk met het door ontwikkelen van hun platform.

Pluimen werd 21 jaar geleden opgericht door de broers Joren en Harro van der Pluijm. 'Dat kwam voort uit een werkgever waarvoor Joren destijds werkte', vertelt marketingmanager Reinald Gerritsen. 'Hij was verantwoordelijk voor het regelen van het kerstgeschenk. Daar kwamen allemaal verschillende reacties op. De een vond dit niet lekker en de ander vond dat niet leuk. Hij bedacht zich toen dat dat wel beter kon. Samen met zijn broer dacht hij na over een nieuw businessmodel: laat werknemers zelf iets leuks uitkiezen als cadeau.' En zo geschiedde. Pluimen staat sindsdien te boek als pionier in keuzeconcepten en heeft al meer dan vijf miljoen Nederlanders verrast met een Pluim. Gerritsen: 'Voor de wat oudere generatie is de naam Pluim niet ongewoon. Maar voor de jonge generatie hebben we nu een wat grotere uitdaging.'

"Onze klantengroep is heel divers en wil zoveel mogelijk een eigen shopervaring"

Drupal

Die uitdaging ligt bij Pluimen in het digitaliseren van het kanaal. De oude papieren Pluimen-voucher heeft inmiddels ruimte gemaakt voor een digitale variant. En ook de webshop van het bedrijf is sinds ruim een jaar geheel in het nieuw gestoken. Daarbij heeft Pluimen de hulp ingeroepen van e-commerce specialist FRMWRK uit Rotterdam. 'Pluimen kwam als organisatie uit een klassieke situatie waarin zij met een bureau tien jaar lang hebben samengewerkt', vertelt Ronald van Rooijen, die samen met zijn broer Thomas FRMWRK oprichtte. 'Na tien jaar was het tijd voor een nieuwe aanpak. Toen ze ons in 2016 benaderden met de vraag of wij een Magento 2.0-platform voor Pluimen konden ontwikkelen, hebben wij gezegd dat we Magento als een middel zien en dat we vooral willen nadenken over wat nodig is om een succesvol platform te ontwikkelen. Uiteindelijk is besloten om het platform niet op Magento te ontwikkelen maar op Drupal. Deze keuze is gemaakt vanwege de benodigde flexibiliteit en schaalbaarheid die benodigd was in het project.'

'Genieten van vrije tijd'

Met FRMWRK aan boord besloot Pluimen

het in 2016 over een andere boeg te gooien: opfleuren en digitaliseren van het platform waren daarbij erg belangrijk. Gerritsen: 'We moesten af van de papieren voucher en we hadden behoefte aan een snelle website die bijdraagt aan onze visie. De Pluim – zo heet onze cadeaubon – is een cadeau dat je geeft om iemand te laten genieten van vrije tijd. Daarnaast wilden we de mogelijkheid om de Pluim online te personaliseren met eigen tekst en foto. Wij willen vooral een cadeau bieden waarmee mensen ook kunnen genieten van hun vrije tijd. Onze gedachte bij het nieuwe platform was: je moet de Pluim kunnen kopen, de Pluim kunnen verzilveren en je moet kunnen bijbetalen als je een duurdere keuze maakt. Bijbetalen kon niet op de oude omgeving. Met de MVP-aanpak heeft FRMWRK onze nieuwe site in acht maanden gebouwd.' Van Rooijen: 'Wij focussen ons op organisaties die de ambitie hebben om online te willen groeien, die in een niche zitten en daarin de beste willen zijn. Wij werken veelal vanuit een businesscase. Daardoor willen we van toegevoegde waarde blijven voor de klant.'

Daarin gaat FRMWRK opvallend te werk. Waar sommige bedrijven een klant zolang mogelijk aan zich willen binden, gaat het de Rotterdamse e-commerce specialist meer om de toegevoegde waarde die het levert. Van Rooijen: 'Er is een moment van komen en een moment van gaan. Wij proberen een samenwerking op te tuigen waar we in een periode van drie tot vijf jaar van toegevoegde waarde zijn en een klant kunnen laten groeien. Wij vinden het belangrijk om dan eerder afscheid te nemen dan dat we



willens en wetens doorgaan.'

Beide partijen werken nu ruim twee jaar samen. Een samenwerking die aan beide kanten goed bevalt. Gerritsen: 'Je hebt natuurlijk wel discussies. Maar wat ik fijn vind aan FRMWRK is dat ze zich flexibel opstellen. Zaken zijn altijd bespreekbaar. Natuurlijk is het soms een kwestie van armpje drukken maar dat lossen we gewoon op.' Van Rooijen: 'Er was in het begin een bepaalde vorm van scepsis bij Pluimen. Maar in de loop van tijd hebben we een klant-leveranciersverhouding omgebogen naar een

echte partnership. Bij FRMWRK werken we met een scrum- en agile-methodiek. Pluimen heeft intern nu ook gekozen voor die aanpak. Ik vind het heel tof dat we dat voor elkaar hebben gekregen.'

Van 2.0 naar 3.0

Inmiddels is het platform Pluimen 2.0 al ruim een jaar online. Eerste stappen richting Pluimen 3.0 zijn ondertussen ook al gezet. Gerritsen: 'Daarbij focussen we op meer personalisatiemogelijkheden voor b2b-klanten. Onze klantengroep is heel

divers: van overheid en onderwijs, tot zorg en ICT. Die willen zoveel mogelijk een eigen shopervaring. Als men inlogt, willen ze bijvoorbeeld in een aparte omgeving van hun organisatie terecht komen. Of ze willen een afrekenperiode, of een goed doel steunen en dat terugzien als content. Dat zijn allemaal zaken die moeten helpen om bedrijven aan boord te houden, dat is Pluimen 3.0. Van Rooijen: 'Momenteel werken we aan functionaliteiten om het personaliseren voor bedrijven en organisaties mogelijk te kunnen maken.'