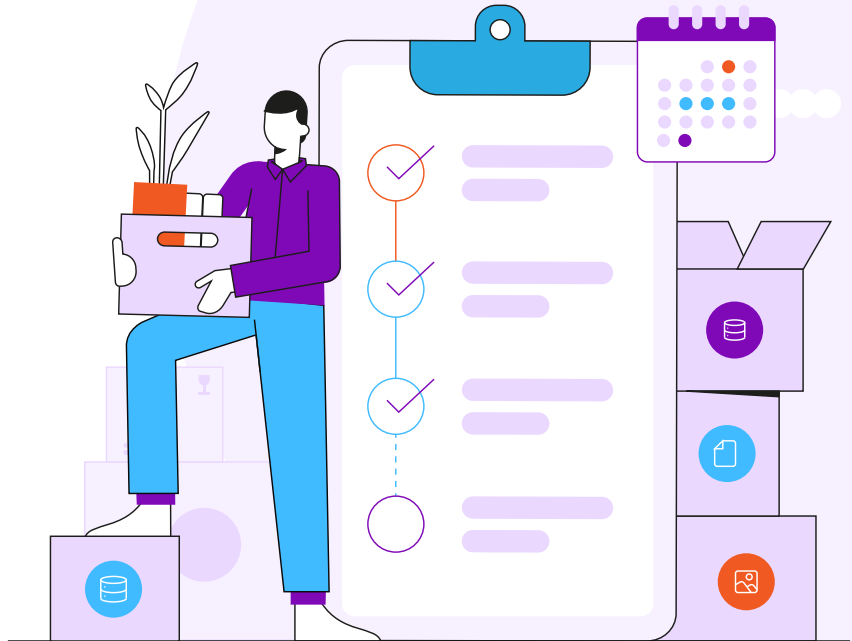




Kentico



Ebook

Jouw volledige migratie-checklist.

Voorkom valkuilen bij migratie en zorg voor een succesvolle overstap

Inhoudsopgave.

De 13 stappen naar een succesvolle migratie.	4
Stap 1: Bepaal je doelen en ambities:	5
Stap 2: Stel de impact van een migratie vast:	7
Stap 3: Kies het juiste CMS/DXP voor jouw organisatie:	9
Stap 4: Stel haalbare tijdlijnen en mijlpalen vast:	10
Stap 5: Reserveer het juiste budget:	11
Stap 6: Evalueer je huidige content en middelen:	12
Stap 7: Beoordeel de structuur van je huidige website:	14
Stap 8: Bepaal je strategie voor migratie	16
Stap 9: Grijp je kans	18
Stap 10: Best practices voor uitvoering	20
Stap 11: Testen voor succes	22
Stap 12: Gebruikerstraining aanbieden	25
Stap 13: Monitoren en evalueren	27
Over Kentico en Aviva Solutions.	30



Systemen zoals Content Management Systemen (CMS) en Digital Experience Platforms (DXP) vormen het hart van de digitale strategie van een bedrijf. Ze helpen organisaties bij het creëren van content en het bieden van optimale gebruikerservaringen. Ondanks hun grote waarde aarzelen veel bedrijven echter om over te stappen naar een nieuw platform, zelfs als er [tal van goede redenen zijn](#).

Verouderde systemen kunnen de snelheid van moderne digitale processen vaak niet bijbenen. Daardoor missen organisaties kansen om kosten te besparen, inkomsten te verhogen en de gebruikerservaring te verbeteren. Het niet kunnen samenvoegen van verschillende systemen leidt tot inefficiënties en hogere kosten, waardoor het rendement uitblijft. Oude platforms remmen bovendien de wendbaarheid en het innovatievermogen van een organisatie; ze zijn niet flexibel genoeg om nieuwe functionaliteiten te ondersteunen of snel in te spelen op veranderende marktomstandigheden. Hierdoor wordt het moeilijk om relevant en concurrerend te blijven.

Waar ligt dan de grootste drempel?

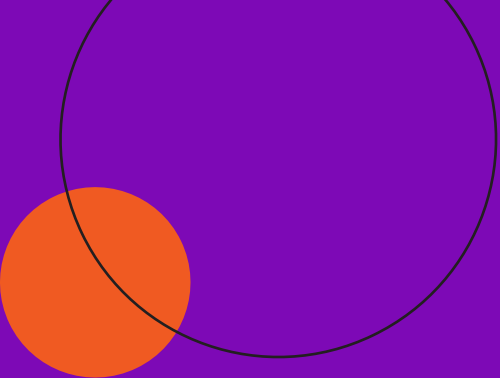
Migratie.

Ondanks de voordelen van overstappen op een nieuwer en geavanceerder platform, blijven veel organisaties terughoudend om te migreren door een groot aantal mogelijke valkuilen:



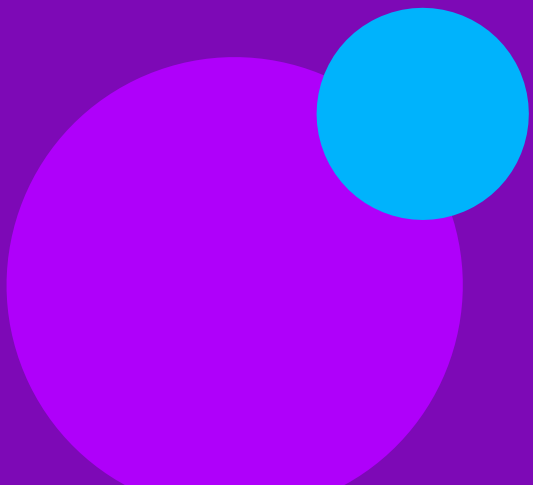
Het herkennen en aanpakken van deze mogelijke obstakels is cruciaal voor organisaties die migratie overwegen. Door vooraf goed inzicht te krijgen in de uitdagingen, kunnen zij zich beter voorbereiden en strategieën ontwikkelen om deze te overwinnen. Met een proactieve aanpak en een duidelijk stappenplan kunnen organisaties het migratieproces succesvol doorlopen en profiteren van een moderne digitale omgeving. Laten we nu de 13 stappen naar een succesvolle migratie bekijken:





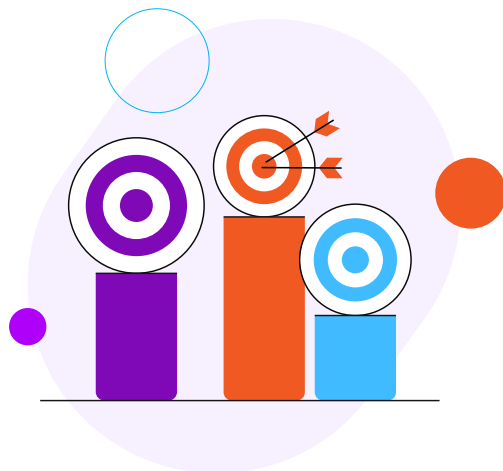
De 13 stappen naar een succesvolle migratie.

Een succesvolle migratie vraagt om zorgvuldige voorbereiding, nauwkeurige uitvoering en voortdurende evaluatie. Gebruik deze stapsgewijze checklist om een soepele overstap naar een nieuw CMS of DXP te realiseren, helemaal afgestemd op de doelen van jouw organisatie.



Stap 1:

Bepaal je doelen en ambities:



Het formuleren van de doelen en ambities van een migratie zorgt voor helderheid over wat de organisatie wil bereiken, geeft richting aan keuzes en het inzetten van middelen, maakt het mogelijk om succes te meten, zorgt voor een gedeelde verwachting bij betrokkenen en helpt taken effectief te prioriteren.

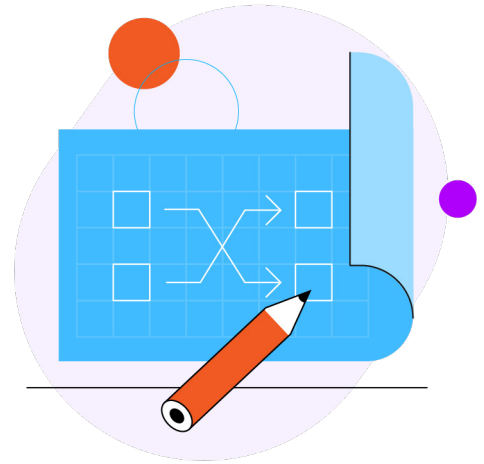
- Breng knelpunten, beperkingen en gebieden in kaart waar het huidige CMS/DXP tekortschiet. Denk hierbij aan gebruiksgemak, prestaties, schaalbaarheid, veiligheid en koppelingen met andere systemen.
- Stel duidelijk vast welke specifieke doelen en resultaten je wilt behalen met de migratie, zoals het verbeteren van de websiteprestaties, het optimaliseren van de gebruikerservaring, het verlagen van onderhoudskosten, het samenbrengen van technologie of het aansluiten op strategische bedrijfsdoelstellingen.
- Zorg ervoor dat je doelen meetbaar, haalbaar, relevant en tijdgebonden zijn (SMART-criteria).



66

Marketingprofessionals willen graag meetbare resultaten zien van een herontwerp of replatforming, maar hebben vaak niet de vergelijkingsdata van hun huidige website. Zorg ervoor dat beide sites goed worden gevolgd voor een effectieve voor-en navergelijking.

Stap 2: **Stel de impact van een migratie vast:**



Het bepalen van de reikwijdte van een migratieproject is essentieel voor helderheid, een goede verdeling van middelen, risicobeheersing en het voorkomen van ongewenste uitbreidingen. Zo worden duidelijke grenzen gesteld aan wat er binnen het project valt, waardoor iedereen weet wat de doelen zijn en gefocust blijft. Door vooraf verwachtingen te scheppen, kunnen organisaties de verwachtingen van stakeholders sturen en grip houden op de richting van het project.

- Breng belangrijke stakeholders in kaart (zoals afdelingshoofden, IT en contentmakers), verzamel hun inzichten en zorg dat hun behoeften en doelen op elkaar aansluiten.
- Omschrijf duidelijk de reikwijdte van het migratieproject door vast te leggen wat wel en niet wordt meegenomen in het proces. Communiceer dit helder om ongewenste uitbreidingen te voorkomen.
- Neem aspecten mee als het aantal websites of applicaties dat gemigreerd moet worden, de complexiteit van content en data, eventuele maatwerk functionaliteiten of koppelingen, en de mate van design- of branding wijzigingen.
- Voer een beoordeling uit van de migratie gereedheid van je organisatie (technische infrastructuur, vaardigheden van medewerkers en management capaciteiten). Overweeg of externe expertise en support van een digitaal bureau nodig zijn (strategisch advies, technische implementaties, UX-design), afhankelijk van de interne mogelijkheden en beschikbare middelen.

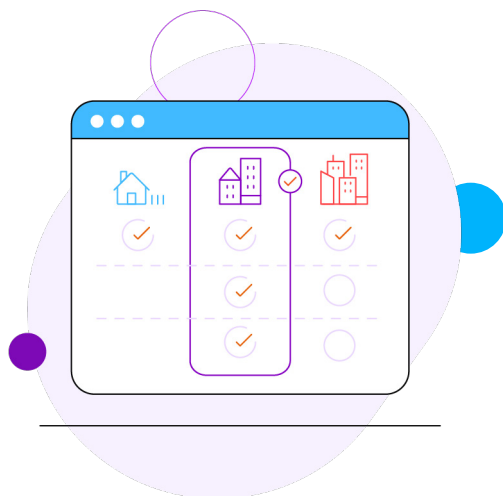


66

Opdrachtgevers onderschatten vaak hoeveel werk het is om content van het ene naar het andere platform te verplaatsen. Hoewel er tools zijn die dit proces ondersteunen, blijft er altijd handmatig werk nodig om content te migreren of te actualiseren. Kies een partner met verstand van toegankelijkheid. Dit begint al bij de UX/wireframes en is van invloed op elke fase van de websiteontwikkeling. Als je dit negeert, loop je het risico dat mensen met een beperking een negatieve ervaring hebben met je website en merk.”

Stap 3:

Kies het juiste CMS/DXP voor jouw organisatie:



Het kiezen van het juiste CMS of DXP is essentieel voor het digitale succes van jouw organisatie. Door stakeholders actief te betrekken, digitale volwassenheid te beoordelen, compatibiliteit te checken en gebruiksvriendelijke functies voorop te stellen, leg je de basis voor een soepele overgang en duurzame groei.

- Betrek stakeholders actief bij het maken van keuzes, zodat hun wensen en doelen worden meegenomen.
- Beoordeel het digitale volwassenheidsniveau van het marketingteam om te zorgen dat het nieuwe platform past bij hun behoeften en vaardigheden.
- Onderzoek of het nieuwe platform goed samenwerkt met bestaande systemen en externe applicaties binnen jouw ecosysteem.
- Kijk naar de gebruikerservaring, beheermogelijkheden en het potentieel om met jouw organisatie mee te groeien.
- Geef de voorkeur aan platforms met intuïtieve workflows, uitgebreide aanpassingsmogelijkheden en voldoende schaalbaarheid voor de eisen van jouw organisatie.



Stap 4:

Stel haalbare tijdlijnen en mijlpalen vast:



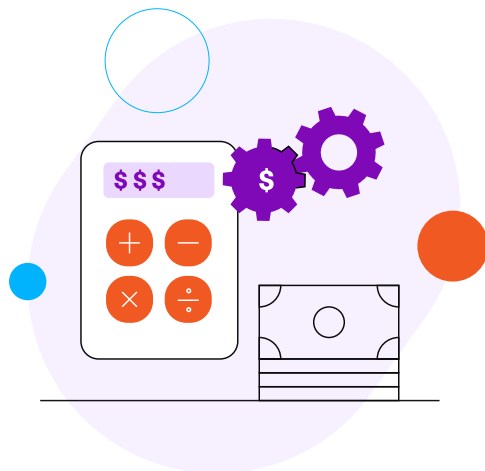
Het vaststellen van haalbare tijdlijnen en mijlpalen is cruciaal voor het slagen van elk migratieproject. Het biedt een duidelijk stappenplan waarmee je het overgangsproces gestructureerd kunt begeleiden. Door te zorgen dat de tijdlijnen realistisch en uitvoerbaar zijn, kunnen organisaties verwachtingen beter beheren en het risico op vertragingen of overschrijdingen minimaliseren.

- Maak een planning voor het migratieproject, waarin belangrijke mijlpalen en op te leveren resultaten zijn opgenomen.
- Verdeel het migratieproces in overzichtelijke fasen of stappen, elk met een eigen tijdschema en takenpakket.
- Houd rekening met zaken als de complexiteit van de migratie, beschikbare middelen, afhankelijkheden van andere projecten of teams, en mogelijke risico's of vertragingen.
- Zorg ervoor dat de tijdlijnen realistisch en haalbaar zijn, met aandacht voor eventuele beperkingen of uitdagingen.



Stap 5:

Reserveer het juiste budget:



Het toewijzen van een passend budget is een essentieel onderdeel van elk migratieproject. Hiermee zorg je ervoor dat er voldoende financiële middelen beschikbaar zijn om de overstap naar het nieuwe platform succesvol te ondersteunen.

- Bepaal welke financiële middelen nodig zijn voor het migratieproject, zoals kosten voor softwarelicenties, externe diensten, interne capaciteit en mogelijke onvoorziene uitgaven.
- Neem zowel eenmalige kosten (zoals aanschaf van software en ontwikkelingsuitgaven) als terugkerende kosten (zoals onderhoud, ondersteuning en training) mee om de totale eigendomskosten (TCO) te berekenen.
- Voer een kosten-batenanalyse uit om het investeringsbesluit te onderbouwen en zorg dat het migratieproject aansluit bij de organisatiedoelstellingen en het beschikbare budget.
- Wijs het budget strategisch toe, zodat de belangrijkste onderdelen van het migratieproces prioriteit krijgen en mogelijke risico's of overschrijdingen worden beperkt.



Stap 6:

Evalueer je huidige content en middelen:



Voordat je aan een migratie begint, is het essentieel om volledig inzicht te krijgen in waar je huidige content en digitale middelen zich bevinden binnen je bestaande CMS. Door alle onderdelen en elementen grondig te onderzoeken, kun je belangrijke contentassets herkennen en deze prioriteren.

- Onderzoek alle onderdelen en elementen van je huidige CMS zorgvuldig, zodat je precies weet wat er naar het nieuwe platform moet worden overgezet.
- Begin met het in kaart brengen van alle contentassets in je CMS, zoals webpagina's, blogposts, artikelen, afbeeldingen, video's, documenten en andere digitale bestanden.
- Maak een inventaris of catalogus van deze items en deel ze in op type, relevantie en belang. Besteed extra aandacht aan cruciale onderdelen die noodzakelijk zijn voor de werking en het behoud van je website.

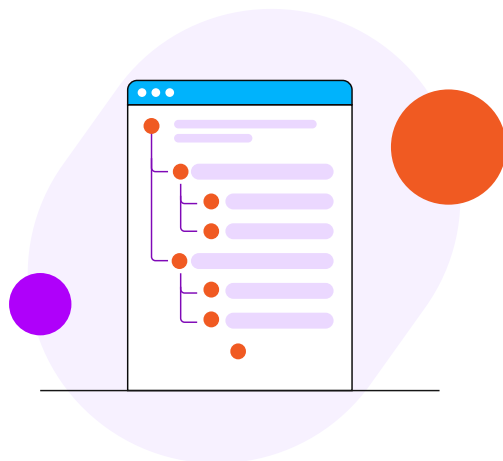


66

Content, content, content. Er wordt zelden genoeg aandacht besteed aan het migreren van content. Neem de tijd om goed na te denken over wat mee moet naar de nieuwe site en wat achtergelaten mag worden, hoelang de migratie daadwerkelijk duurt en of automatische migratie mogelijk is.

Stap 7:

Beoordeel de structuur van je huidige website



Door een grondige analyse van je huidige CMS-inventaris uit te voeren, krijg je waardevolle inzichten in de omvang en complexiteit van het migratieproces. Met deze informatie kun je het traject zorgvuldig plannen, zodat de overgang naar het nieuwe platform soepel verloopt, verstoringen tot een minimum worden beperkt en de kwaliteit van je digitale middelen behouden blijft.

- Beoordeel de structuur en indeling van je bestaande website binnen het CMS. Bekijk de paginahierarchie, navigatiemenu's en de site-opbouw om te begrijpen hoe content is gestructureerd en door bezoekers wordt geraadpleegd.
- Breng complexe of diep geneste structuren in kaart, en merk op welke overbodige of verouderde pagina's wellicht gestroomlijnd of samengevoegd kunnen worden.
- Noteer welke aangepaste sjablonen, thema's of lay-outs zijn gebruikt om het uiterlijk en de functies van je site te personaliseren.
- Inventariseer welke externe integraties of uitbreidingen zijn ingezet om de website uit te breiden, zoals e-commerce plug-ins, analyse-tools of CRM-systemen.
- Controleer of deze aanpassingen en koppelingen compatibel zijn met het nieuwe CMS. Onderzoek of ze eenvoudig overgezet kunnen worden, of dat er aanpassingen nodig zijn.



“

Zonder een grondige analyse van de datastructuur en relevantie, zal de migratie niet vlekkeloos verlopen. Er zijn risico's, zoals het importeren van verkeerde content of het over het hoofd zien van belangrijke informatie, wat kan leiden tot problemen als een plotselinge daling in SEO-rankings.”

Stap 8:

Bepaal je strategie voor migratie



Datamigratie betekent dat alle inhoud en gegevens vloeiend worden overgezet van de huidige oplossing naar de nieuwe. Een goede migratiestrategie is onmisbaar om risico's te beperken, de data-integriteit te waarborgen en een soepele overgang naar het nieuwe platform te garanderen.

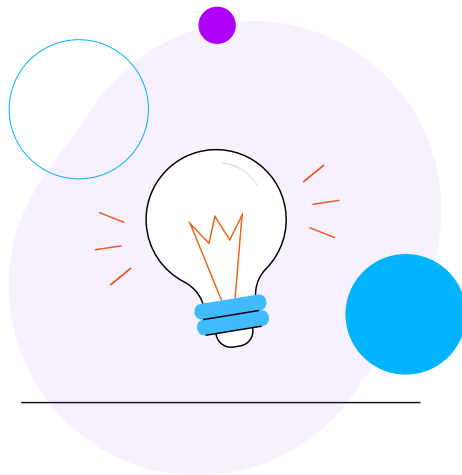
- Start met het opstellen van een gedetailleerd stappenplan voor de datamigratie, waarin je de benodigde stappen, tijdslijnen en middelen duidelijk vastlegt.
- Zorg voor voldoende tijd, personeel en technische middelen om de migratie soepel en effectief uit te voeren, met oog voor de omvang en complexiteit van de gegevens.
- Wijs duidelijke rollen en verantwoordelijkheden toe aan alle teamleden die bij de migratie betrokken zijn, zodat samenwerking en verantwoordelijkheid gedurende het hele proces gegarandeerd zijn.
- Stel gegevensnauwkeurigheid en -integriteit voorop door tijdens de migratie stevige validatie- en controlemechanismen in te zetten.
- Voer grondige controles en audits uit om eventuele afwijkingen, fouten of inconsistenties in de gemigreerde gegevens op te sporen.



- Gebruik tools en methoden voor datavalidatie om te zorgen voor volledige, nauwkeurige en consistente data.
- Houd je tijdens het migratieproces aan de privacyregels en compliancienormen, vooral bij het verwerken van gevoelige informatie.
- Waarborg naleving van de AVG, CCPA, HIPAA of andere relevante wetgeving rondom gegevensbescherming, zodat persoonlijke en vertrouwelijke gegevens goed beveiligd blijven.
- Pas waar nodig encryptie, anonimisering of pseudonimisering toe om gevoelige data te beschermen tijdens verzending en opslag, en het risico op datalekken of ongeautoriseerde toegang te verkleinen.

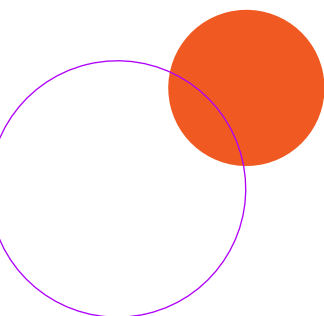


Stap 9: **Grijp je kans**



De overstap naar een nieuw DXP of CMS is meer dan alleen een technische update; het is het moment om je digitale aanwezigheid nieuw leven in te blazen, je merkidentiteit te versterken en je gebruikers een uitzonderlijke ervaring te bieden.

- Evalueer en verbeter je contentstrategie. Betrek contentmakers, strategen en andere betrokkenen bij gezamenlijke sessies om te zorgen dat alles aansluit bij de organisatiedoelen en de behoeften van de gebruiker. Breng inhoudelijke hiaten of knelpunten in het huidige CMS in kaart en werk effectieve strategieën uit om deze op te lossen.
- Geef je website een frisse uitstraling en verbeter de gebruikerservaring. Ontwikkel een doordacht ontwerpplan dat perfect aansluit bij je merkidentiteit, de wensen van je doelgroep en de nieuwste trends in jouw branche.

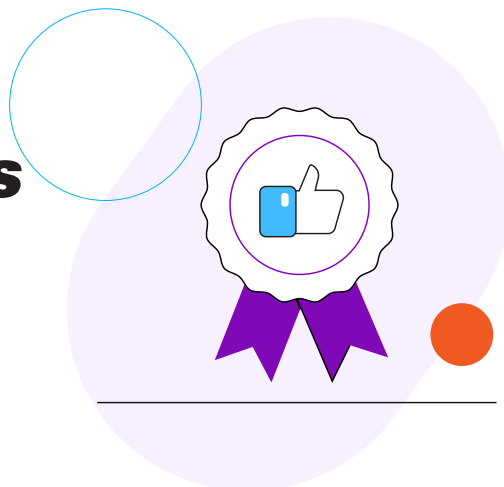


66

Bij een eerste migratie ligt de focus meestal op het overzetten van bestaande data en het zo instellen van de nieuwe tool dat deze aansluit bij de huidige werkwijzen. Hierdoor wordt vaak de kans gemist om data op te schonen en marketingstrategieën te vernieuwen voor de overstap. Zodra teams gewend zijn aan de nieuwe, vertrouwde omgeving, nemen ze zelden meer de tijd om hun aanpak opnieuw te beoordelen en te verbeteren.”

Stap 10:

Best practices voor uitvoering



Een succesvolle migratie vraagt om zorgvuldige voorbereiding en het volgen van best practices, zodat de overgang soepel verloopt.

- Kies voor een gefaseerde migratie en begin met kleinere, minder cruciale onderdelen voordat je de grotere delen van de website of applicatie aanpakt.
- Verdeel het migratieproces in overzichtelijke stappen of iteraties, zodat je stap voor stap vooruitgang boekt en complexe vraagstukken beheersbaar houdt.
- Voer grondige tests uit van migratieprocessen en workflows in een gecontroleerde omgeving, zodat mogelijke problemen vroegtijdig worden opgespoord en opgelost.
- Test de migratie van data, de opmaak van content, het behoud van metadata en alle maatwerkfuncties, zodat nauwkeurigheid en integriteit tijdens de migratie gewaarborgd blijven.
- Om de vindbaarheid van je website niet te verliezen, zet je redirects in van oude naar nieuwe URLs. Zo blijft content toegankelijk voor gebruikers en zoekmachines, voorkom je gebroken links en behoud je je SEO-waarde.
- Volg de beste SEO-richtlijnen voor het nieuwe platform door meta-tags, URLs en andere on-page elementen te optimaliseren, zodat je ranking na de migratie behouden blijft of zelfs verbetert.
- Besteed tijdens het hele migratieproces aandacht aan toegankelijkheid en regelgeving, zodat het nieuwe CMS voldoet aan relevante toegankelijkheidsnormen (zoals WCAG) en wettelijke eisen (zoals de AVG en ADA).



66

Ik zie vaak dat er SEO-waarde verloren gaat door gebrekkige voorbereiding en onvoldoende kennis. Marketingteams vergeten in hun haast om te migreren soms belangrijke SEO-elementen zoals URL's, meta-tags en redirects te behouden. Daardoor kunnen zoekresultaten dalen, en daarom moet SEO een essentieel onderdeel zijn van de planningsfase bij het migreren van websites en platforms."

Stap 11: **Testen voor succes**



Grondig testen is cruciaal voor een succesvolle implementatie van het nieuwe CMS of DXP en garandeert een soepele gebruikerservaring op alle apparaten en browsers. Door vroegtijdig te testen, verklein je de kans op problemen na de livegang, vergroot je de tevredenheid van gebruikers en verloopt de overgang naar het nieuwe platform vlekkeloos.

- Controleer de werking van de website door interactieve onderdelen, formulieren, navigatiemenu's en alle speciaal ontwikkelde functies in de nieuwe oplossing te testen.
- Test of de website goed werkt op verschillende apparaten (desktop, laptop, tablet en smartphone) zodat prestaties en weergave altijd consistent zijn, ongeacht het schermformaat of de resolutie.
- Controleer of de website goed werkt in verschillende webbrowsers, zodat de weergave en functionaliteit overal hetzelfde zijn.
- Beoordeel de gebruikerservaring zowel als bezoeker als beheerder; zorg voor een logische navigatie, duidelijke oproepen tot actie en een soepel verloop tijdens het browsen.
- Bekijk de ontwerpelementen (indeling, typografie, kleuren, beeldmateriaal en consistentie in branding) en zorg dat alles aansluit bij de huisstijl van jouw organisatie.



- Maak gebruik van geautomatiseerde testtools zoals Selenium, TestComplete of Cypress om het testproces te versnellen, repetitieve taken te automatiseren, regressietests uit te voeren en snel mogelijke problemen of bugs op te sporen.
- Stel geautomatiseerde testscripts in om gebruikershandelingen na te bootsen, gegevens in te voeren en verwachte uitkomsten te controleren, zodat je sneller en betrouwbaarder testresultaten behaalt.
- Vul de geautomatiseerde tests aan met handmatige testprocedures om onderdelen te beoordelen die menselijk inzicht en subjectieve evaluatie vereisen.
- Organiseer verkennende testsessies om gebruiksvriendelijkheidsproblemen, inconsistenties of uitzonderlijke situaties op te sporen die niet met geautomatiseerde tests worden gedekt.
- Betrek teamleden, stakeholders en eindgebruikers bij het handmatig testen om feedback te verzamelen en te zorgen dat het resultaat aansluit op de verwachtingen van de gebruiker.



66

De ervaring van de eindgebruiker is ontzettend belangrijk en vaak het leukste om mee bezig te zijn. Maar als je bij een platformmigratie de dagelijkse ervaring van de makers over het hoofd ziet, zit je team straks vast en raakt gefrustreerd."

Stap 12:

Gebruikers- training aanbieden



Gebruikerstraining is essentieel voor een soepele overgang naar het nieuwe CMS. Zo zorgen we dat alle functies en mogelijkheden optimaal benut worden, vergroten we het vertrouwen van gebruikers en dragen we bij aan het succes van de organisatie en het behalen van de gewenste resultaten.

- Bied gerichte trainingssessies aan, afgestemd op de taken en verantwoordelijkheden van contentmakers, redacteuren en beheerders binnen de organisatie.
- Geef duidelijke instructies over het gebruik van belangrijke functies, zoals het maken, bewerken en publiceren van content, het beheren van workflows, gebruikersrechten en sitebeheer.
- Plan regelmatig terugkerende trainingen om kennis te vergroten en stel een vast aanspreekpunt aan voor vragen van gebruikers.
- Houd voortdurend de feedback en betrokkenheid van gebruikers in de gaten om verbeterpunten te signaleren.



66

Naast een goede voorbereiding is het essentieel om tijd vrij te maken en te investeren in het begrijpen van de nieuwe technologie en de mogelijkheden van het nieuwe systeem. Daarbij hoort ook het grondig trainen van teamleden, zodat zij optimaal gebruik kunnen maken van de nieuwe functies.

Stap 13:

Monitoren en evalueren



Voortdurend monitoren en evalueren is cruciaal om het blijvende succes en de effectiviteit van het nieuwe platform na migratie te waarborgen, en om te zorgen dat het blijft aansluiten op de veranderende wensen en verwachtingen van gebruikers en belanghebbenden. Door deze iteratieve aanpak van toezicht en optimalisatie wordt continue verbetering gestimuleerd, wat bijdraagt aan het duurzame succes en de toekomstbestendigheid van het platform.

- Verzamel feedback van gebruikers via enquêtes, interviews en feedbackformulieren om inzicht te krijgen in hun ervaringen met het nieuwe CMS.
- Stel een uitgebreid plan op voor de doorlopende optimalisatie en verbetering van het platform, gebaseerd op gebruikersreacties, data-inzichten en veranderende zakelijke behoeften. Stel prioriteiten op basis van gebruikersvoorkeuren en bedrijfsdoelstellingen.
- Voer A/B-testen uit om verschillende versies van webpagina's, ontwerp-elementen of boodschappen te vergelijken en de meest effectieve varianten te identificeren.
- Bepaal belangrijke prestatie-indicatoren (KPI's) om de prestaties en effectiviteit van het nieuwe platform na migratie te meten, zoals gebruikersbetrokkenheid, conversieratio's, laadtijden, bouncepercentages en andere relevante cijfers.



☐	1	Bepaal je doelen en ambities	Stel duidelijke doelen vast. Zorg dat ze meetbaar zijn.
☐	2	Stel de impact van een migratie vast:	Maak een overzicht van de onderdelen. Beoordeel de gereedheid, mogelijkheden en beschikbare middelen.
☐	3	Kies het juiste CMS/DXP voor jouw organisatie	Betrek belanghebbenden. Bekijk compatibiliteit, aanpasbaarheid, gebruiksgemak en schaalbaarheid.
☐	4	Stel haalbare tijdlijnen en mijlpalen vast	Stel een tijdschema en mijlpalen op voor de gehele migratie en voor elke afzonderlijke fase. Houd het realistisch.
☐	5	Reserveer het juiste budget	Denk na over initiele en doorlopende kosten. Voer een kosten-batenanalyse uit en geef voorrang aan belangrijke onderdelen.
☐	6	Evalueer je huidige content en middelen	Maak een overzicht van alle content die gemigreerd moet worden en deel deze in categorieën.
☐	7	Beoordeel je structuur van je huidige website	Bekijk de paginahiërarchie, menu's en site-architectuur. Noteer maatwerk en integraties.
☐	8	Bepaal je strategie voor migratie	Maak tijd en middelen vrij. Zet nauwkeurigheid van data, beveiliging en privacy-vereisten op de eerste plaats.
☐	9	Grijp je kans	Dit is het moment om je contentstrategie te verbeteren en je website een frisse uitstraling te geven.
☐	10	Best practices voor uitvoering	Werk gefaseerd. Begin met kleinere onderdelen, test continu en behoud je SEO-positie.
☐	11	Test voor succes	Test alle functionaliteit, integraties, apparaten en browsers, evenals de gebruikerservaring voor beheerders en eindgebruikers.
☐	12	Gebruikers-training aanbieden	Bied gerichte trainingen aan, zorg voor vaste ondersteuning en houd de feedbackkanalen open.
☐	13	Monitoren en evalueren	Verzamel feedback, voer A/B-tests uit en stel een plan op voor blijvende optimalisatie.

Een migratietraject aangaan kan overweldigend lijken, maar met de juiste voorbereiding en strategie levert het veel op. Door de 13 stappen uit dit ebook te volgen, kunnen organisaties vol vertrouwen door de migratie navigeren en hun doelen bereiken. Van het scherp stellen van doelstellingen tot het waarborgen van data-integriteit: iedere stap draagt bij aan een soepele en succesvolle overgang naar een nieuw platform.



Onthoud dat migratie meer is dan alleen het verplaatsen van data en applicaties—het draait om het vernieuwen van je digitale omgeving zodat deze beter aansluit bij de wensen en doelen van jouw organisatie. Dit is het moment om processen te verbeteren, de gebruikerservaring te versterken en je bedrijf klaar te stomen voor toekomstige groei en innovatie.

Als je aan je migratietraject begint, houd deze stappen in gedachten en gebruik ze als leidraad om je door het proces te navigeren. Vergeet niet: je staat er niet alleen voor—schakel experts in, werk samen met betrokkenen en wees niet bang om hulp te vragen wanneer dat nodig is.

Met een doordacht plan, zorgvuldige uitvoering en aandacht voor voortdurende verbetering, leg je een solide basis voor een succesvolle migratie.



Over Kentico & Aviva Solutions.

Kentico en Aviva Solutions bundelen hun krachten op het gebied van digitale ervaring en technologische expertise om bedrijven te helpen hun doelen en resultaten te realiseren. Dankzij het gebruiksgemak van Kentico, gecombineerd met de beproefde projectaanpak en de uitgebreide componentenbibliotheek van Aviva Solutions, kun je sneller en beter de markt op met een gebruikerservaring die de verwachtingen van jouw klanten overtreft. Zo vergroot je de betrokkenheid, creëer je duurzame waarde en beschik je vanaf dag een over een breed scala aan digitale marketingmogelijkheden.

Of je nu een nieuwe website nodig hebt of digitale marketingondersteuning, Kentico en Aviva Solutions bieden innovatieve, betrouwbare en schaalbare oplossingen dankzij een bewezen samenwerking die is opgebouwd uit jarenlange ervaring en de enige Kentico Marketing MVP in EMEA.

Wil je het beste digitale resultaat behalen? Laten we samen jouw strategie bespreken!

Bart Hoppe

Digital Experience Specialist

+31 6 49781921



kentico.com



avivasolutions.nl