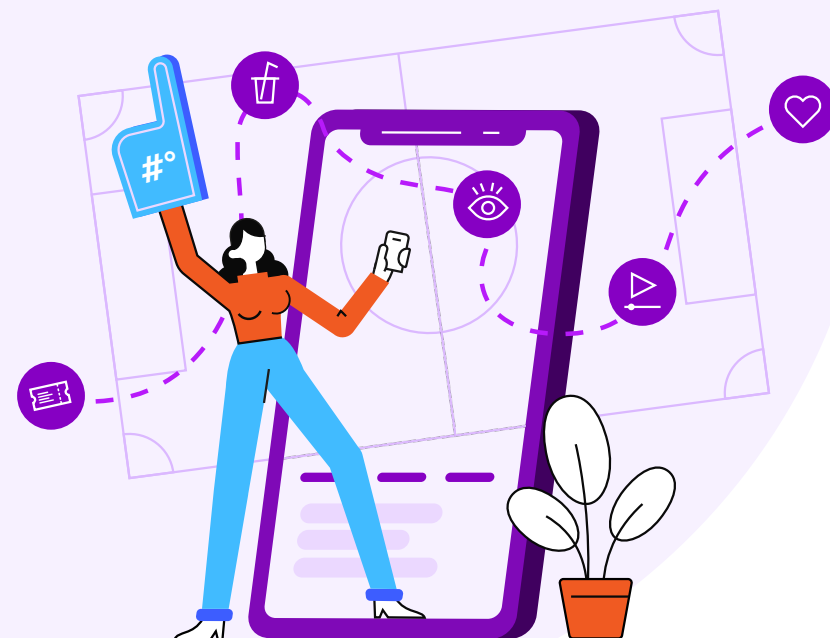




Kentico



Ebook

De ultieme gamechanger voor de fanbeleving.

**Sportbeleving naar een hoger niveau tillen in het
digitale tijdperk**

Inhoudsopgave.

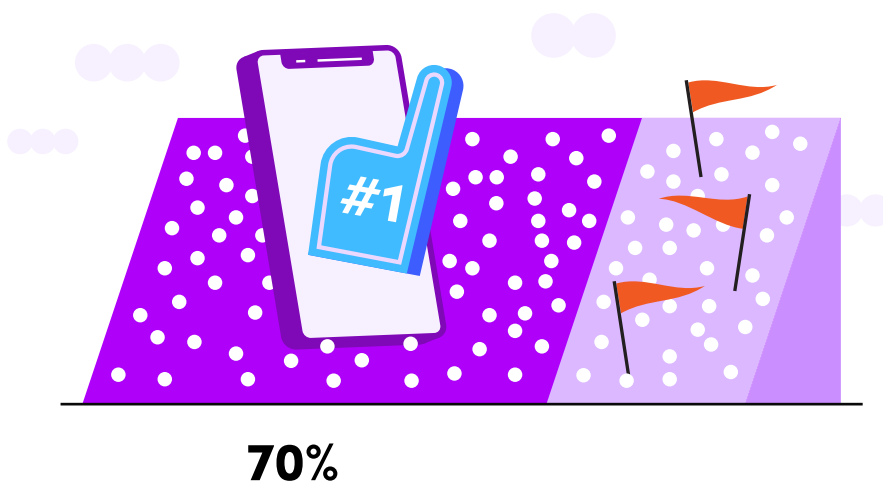
Fanbetrokkenheid opnieuw vormgegeven in het digitale tijdperk.	3
Maak kennis met teleurgestelde Duncan op een dag vol digitale frustratie.....	5
Veelvoorkomende uitdagingen bij fanbetrokkenheid.	7
Maak kennis met enthousiaste Julie tijdens haar digitale avontuur.....	9
Hoe sportorganisaties hun fans kunnen verrassen.....	11
 Waarom Xperience by Kentico het geheime ingrediënt is voor de sportindustrie.	13
ACF Fiorentina	15
 Xperience by Kentico: Een revolutie in de beleving van fans.	17



Fanbetrokkenheid opnieuw vormgegeven in het digitale tijdperk.

In onze hyperverbonden wereld groeien de verwachtingen van fans razendsnel, gestuwd door technologische innovaties en veranderend digitaal gedrag. Fans zijn tegenwoordig geen passieve toeschouwers meer; ze willen volledig opgaan in de sportbeleving. Met 70% van de sportfans die via mobiele apparaten content volgen in het stadion en 87% die tijdens live evenementen een tweede scherm gebruikt, is het duidelijk dat de fanervaring veel verder reikt dan alleen de actie op het veld.

De bijzondere emotionele band die fans met sportteams hebben, geeft organisaties een ijzersterk fundament om op voort te bouwen. Fans beleven sport niet alleen, ze leven het. Dat is een onderscheidend vermogen dat je in geen enkele andere sector vindt. Door deze diepgewortelde passie te combineren met de juiste middelen en strategieën, kunnen sportorganisaties fans veranderen in trouwe supporters en nieuwe groeikansen creëren.



Richting 2030 verwacht 67% van de fans meer interactie, terwijl 54% op zoek is naar een meeslependere ervaring. Dit benadrukt de dringende behoefte aan technologische vooruitgang en vernieuwende manieren van fanbetrokkenheid. Sportorganisaties moeten dus vol inzetten op digitale transformatie en investeren in de juiste technologieën en platforms om een samenhangende, boeiende en persoonlijke fanervaring te creëren—zowel thuis als in het stadion.

Maar om dit te bereiken, moeten flinke uitdagingen worden overwonnen, zoals versnipperde digitale platformen, verouderde infrastructuren en de razendsnelle opkomst van nieuwe technologieën die het maken van strategische keuzes bemoeilijken.

In dit ebook duiken we in de belangrijkste uitdagingen waar de sportindustrie mee te maken heeft om fans de digitale beleving te bieden die ze verwachten. We kijken ook naar kansen om de betrokkenheid en inkomsten te vergroten. Aan de hand van de belevenissen van teleurgestelde Duncan en enthousiaste Julie laten we zien hoe een krachtig content management systeem (CMS) als Xperience by Kentico helpt om obstakels te overwinnen en nieuwe groei mogelijk te maken.

Of je nu een sportteam, competitie of stadion bent: het moment om te investeren in je digitale toekomst is nu aangebroken.

Jouw fans zijn er klaar voor. Ben jij dat ook?



Maak kennis met teleurgestelde Duncan op een dag vol digitale frustratie.

Het was een frisse zaterdagochtend en Duncan, een echte voetbalfan, kon zijn enthousiasme nauwelijks bedwingen. Vanavond zou hij samen met zijn vrienden naar hun favoriete team, de Jumping Jackals, gaan kijken. Als de aangewezen organisator van het stel opende Duncan de app van het team om kaartjes te kopen. Maar in plaats van een vlotte en persoonlijke ervaring, werd hij doorgestuurd naar een onhandige externe website waar hij alleen algemene ticket opties kreeg en geen stoeladvies op basis van zijn eerdere voorkeuren. Toen het eindelijk lukte om de kaartjes te kopen, was hij vervolgens een half uur bezig om de tickets op zijn telefoon te krijgen, terwijl hij zich afvroeg waarom hij nog steeds e-mails over de wedstrijd ontving—hij had de kaartjes immers al gekocht.

Toen de wedstrijddag eenmaal daar was, stonden Duncan en zijn vrienden—waaronder zijn maat Marco die uit Italië was overgekomen—popelend bij het stadion. Duncan opende de app om zijn ticket te tonen bij de ingang, maar kreeg tot zijn frustratie een melding: “Je bent uitgelogd!” Terwijl de norse beveiliging hem ongeduldig aankeek en zijn vrienden hem plaagden over zijn “technische talenten,” probeerde Duncan snel zijn wachtwoord te resetten. Ze kwamen net op tijd binnen om het gejuich van het publiek te horen bij het eerste doelpunt.



Toen iedereen op zijn plek zat, opende Duncan de app om voor de hele groep hotdogs te bestellen. Helaas gaf de app geen suggesties op basis van eerdere bestellingen, bood geen persoonlijke deals en onthield zijn gegevens niet. Marco nam het over, maar liep vast door het ontbreken van taalopties, dus belandden ze uiteindelijk in de trage rij bij de kiosk, waardoor ze een tweede doelpunt misten.

Tijdens een verhitte discussie over de beslissing van de scheidsrechter probeerde Duncan via de app een herhaling op te zoeken, maar die liep achter. De app liet geen favoriete speler-highlights of exclusief commentaar zien, dus moest hij het doen met willekeurige, algemene beelden op het grote scherm.

Later die avond ontving Duncan een standaardmail van de Jackals: "Hoe heb je het ervaren? Laat het ons weten!" Geen persoonlijke opvolging, geen waardering voor zijn trouwe seizoenkaart, en niets over zijn specifieke wedstrijdbeleving.

Met een zucht sloot hij de mail af. Onder het genot van een drankje waren de vrienden het snel eens: de volgende keer sparen ze hun geld, laten ze het digitale gedoe achterwege en kijken ze gewoon lekker thuis op de bank.

De teleurstellende avond van Duncan



Veelvoorkomende uitdagingen bij fanbetrokkenheid.

Voor Duncan was het hele proces – van het kopen van tickets tot het genieten van de wedstrijd – een bron van frustratie. Zijn verhaal laat zien met welke uitdagingen sportorganisaties tegenwoordig te maken hebben bij een digitale fanbeleving. Laten we bekijken wat er misging:

1. Versnipperde faninteractie over verschillende kanalen

Sportorganisaties hebben vaak moeite om fans een soepele ervaring te bieden over verschillende platformen heen. Fans zoals Duncan raken verstrikt in losse, onsamenhangende interacties en moeten tussen verschillende tools schakelen om tickets te kopen, statistieken te bekijken of hun team te volgen. Deze versnippering zorgt voor frustratie en maakt de band met hun favoriete team zwakker.

2. Beperkte mobiele beleving

Duncans problemen met de app illustreren een veelvoorkomend obstakel: veel sportorganisaties slagen er niet in om hun mobiele ervaring te optimaliseren. Daardoor is het voor fans lastig om live statistieken, tickets of updates te vinden. Een gebrekkige mobiele beleving leidt tot frustratie, gemiste omzet en een minder positieve fan-ervaring.

3. Algemene fanbeleving

Duncans ervaring met onpersoonlijke content laat zien waar het vaak misgaat: sportorganisaties missen niet alleen de juiste middelen om te personaliseren, maar zonder een centrale bron van data krijgen ze ook geen volledig beeld van hun achterban.

4. Moeilijkheden bij het verzilveren van digitale kanalen

Sportorganisaties hebben vaak moeite om fanbetrokkenheid om te zetten in inkomsten. Het koppelen van ticketverkoop, merchandise en digitale diensten tot een soepel systeem blijkt lastig, waardoor er waardevolle kansen verloren gaan.

5. Inconsistente of gebrekkige digitale stadionervaringen

Digitale ervaringen in het stadion die niet vlekkeloos werken, doen afbreuk aan de sfeer en het plezier van fans. Als het stadion geen betrouwbare en interactieve beleving biedt, gaan bezoekers zich afvragen of het de moeite waard is om de volgende keer weer te komen.



6. Vertraging leidt tot irritatie

Fans zoals Duncan willen direct updates tijdens wedstrijden, of ze nu in het stadion zitten of thuis kijken. Vertraagde statistieken, trage apps of haperende livestreams zorgen voor frustratie en maken de digitale ervaring minder aantrekkelijk.

7. Beperkte wereldwijde bereik en toegankelijkheid

Marco, een vriend van Duncan, liep tegen beperkte taalopties aan – een veelvoorkomend probleem voor clubs met een groeiend internationaal publiek. Zonder toegankelijke, gelokaliseerde content voelen internationale fans zich niet betrokken, wat de interactie en wereldwijde groei in de weg staat.

8. Zorgen om cyberveiligheid en gegevensprivacy

Het feit dat Duncan steeds opnieuw moet inloggen en wachtwoorden moet resetten, wijst op een dieper probleem: mogelijke risico's op het gebied van cyberveiligheid. Veel clubs worstelen met veilige gegevensopslag en privacyregels, wat het vertrouwen schaadt en de betrokkenheid van fans afremt.

9. Verouderde technologie en trage overstap naar nieuwe tools

Voor veel teams vormt verouderde technologie een flinke uitdaging. Oude systemen kunnen vaak niet voldoen aan de verwachtingen van moderne fans, waardoor apps traag reageren, onbetrouwbaar zijn en de live-ervaring te wensen overlaat. Wie blijft vasthouden aan verouderde systemen, loopt het risico de aansluiting met de nieuwste en meest soepele fanbeleving te missen.

Duncans ervaring laat zien dat een versnipperde en afstandelijke benadering van fans leidt tot frustratie en gemiste kansen voor sportteams om een sterke band met hun publiek op te bouwen. Als digitale belevingen niet goed op elkaar aansluiten, voelen fans zoals Duncan zich minder gewaardeerd en voelen ze zich minder verbonden met hun team. Deze problemen ondermijnen niet alleen de loyaliteit van fans, maar beperken ook de mogelijkheden om via persoonlijke interacties en een soepele beleving extra inkomsten te genereren.



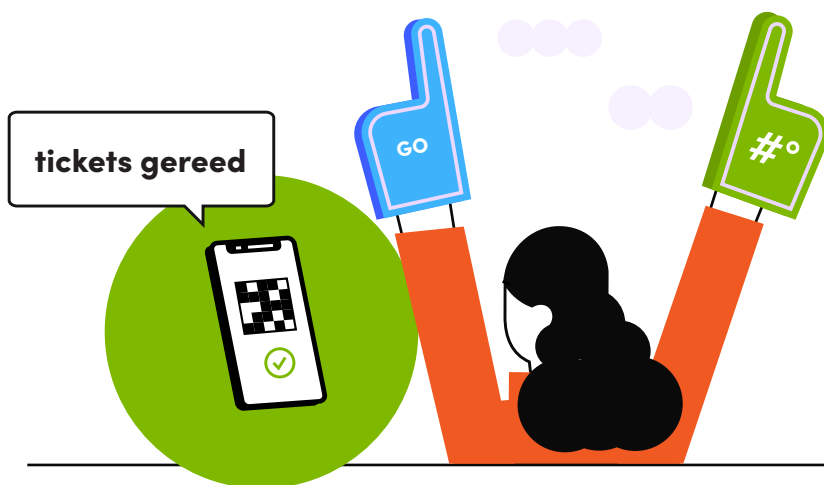
Laten we eens kijken wat er gebeurt als we een geavanceerde DXP zoals [Xperience by Kentico](#) toevoegen aan het geheel.

Laten we kennismaken met de enthousiaste Julie.

Maak kennis met enthousiaste Julie tijdens haar digitale avontuur.

Het was een stralende zaterdagmiddag en Julie kon haar enthousiasme nauwelijks bedwingen. Vanavond ging ze met haar gezin naar de belangrijke wedstrijd van de Jumping Jackals. Eerder die week had Julie moeiteloos via de app van het team kaartjes gekocht, waarbij ze direct de beschikbare zitplaatsen kon zien en tips kreeg voor leuke activiteiten en exclusieve merchandise die aansloten bij haar eerdere voorkeuren – alles gewoon in het Frans! Snel en eenvoudig geregeld, waardoor ze zich helemaal kon focussen op de voorpret voor de wedstrijddag.

Toen ze bij het stadion aankwamen, kreeg Julie een vriendelijke melding van de app: “Welkom! Je tickets zijn klaar om te scannen.” In de app vond ze overzichtelijk hun digitale tickets en parkeerinformatie terug. Haar kinderen waren dolenthousiast om met de AR-functie van de app de geanimeerde Jumping Jackals te volgen die hen naar de juiste ingang leidden.



Eenmaal binnen bewonderde Julie's familie hoe soepel alles verliep. De kinderen werden meteen aangetrokken door een selfiepunt voor fans dat via de app werd aangeprezen - hun foto's verschenen direct op het grote scherm. Toen Julie via de app snacks bestelde, kreeg ze een speciale aanbieding voor haar favoriete familiedeal: nacho's en drankjes, die binnen enkele minuten klaarstonden om op te halen.

Het stadion bruiste van energie: live hoogtepunten waren te zien op de grote schermen en interactieve peilingen hielden het publiek enthousiast. Toen Julie's jongste nieuwsgierig werd naar de spelers, bood de app leuke weetjes en statistieken speciaal voor jonge fans, waardoor hij zich de hele tijd vermaakte.

Die avond kreeg Julie een bedankbericht van het team, samen met een samenvatting van de wedstrijd en een link naar het loyaliteitsprogramma voor fans. Voor Julie en haar gezin was dit veel meer dan een wedstrijd, het was een onvergetelijke belevenis.

Julies sprankelende belevenis



Hoe sportorganisaties hun fans kunnen verrassen.

Door fans als Julie een gestroomlijnde, boeiende en persoonlijke ervaring te bieden, kunnen teams sterkere banden creëren, loyaliteit vergroten en nieuwe inkomstenbronnen aanboren. Julie's verhaal laat zien hoe slimme technologie de fanbeleving naar een hoger niveau tilt.

Xperience by Kentico is een CMS met ingebouwde digitale marketingtools waarmee sportorganisaties gepersonaliseerde content kunnen aanbieden via alle kanalen, zoals websites, mobiele apps en e-mails. Door gegevens uit verschillende faninteracties te combineren, zorgt XbyK voor een samenhangende ervaring, zodat elke fan relevante en tijdige updates en aanbiedingen ontvangt die passen bij hun voorkeuren.

Laten we bekijken hoe een platform als Xperience by Kentico de Jumping Jackals kan helpen om hun fans een uitmuntende digitale beleving te bieden.

1. Gecoördineerde fanbetrokkenheid via meerdere kanalen

Xperience by Kentico maakt contentbeheer eenvoudiger door alles samen te brengen in een centrale Content Hub. Zo stroomlijnt het de workflow, waardoor teams moeiteloos content kunnen beheren, verspreiden en hergebruiken op alle kanalen—websites, mobiele apps en schermen in het stadion. Dit zorgt voor meer efficiëntie, een consistente uitstraling en snellere updates, zodat fans altijd genieten van een samenhangende en prettige ervaring.

2. Geoptimaliseerde mobiele ervaringen

Dankzij de hybride headless architectuur, waarbij headless slechts een van de functies is, kunnen sportclubs met Xperience by Kentico hun fans in realtime voorzien van actuele content op mobiele apps. Clubs hebben de mogelijkheid om ticketverkoop, merchandise en streaming te integreren, waardoor ze een uniforme en boeiende mobiele beleving creëren.

3. Gepersonaliseerde fanbeleving en slimme data-integratie

Xperience by Kentico bundelt alle faninformatie tot een overzichtelijk profiel. Zo kun je fans persoonlijk aanspreken met relevante content, aanbevelingen en aanbiedingen. Dankzij waardevolle inzichten en een soepele koppeling met CRM- en marketingtools, krijgen fans op elk contactmoment een verbonden en consistente ervaring.

4. Moeiteloze omzet uit digitale kanalen

Xperience by Kentico werkt naadloos samen met ticketing-, merchandising- en streamingoplossingen. Zo beleven fans een gepersonaliseerde shopervaring en kunnen clubs hun omzet verhogen met verkoop, abonnementen en exclusieve content.



5. Vernieuwde digitale stadionervaringen

Xperience by Kentico tilt de stadionbeleving naar een hoger niveau door integratie van functies als directe herhalingen, AR-activaties en contactloze oplossingen. Fans zoals Julie en haar gezin genieten zo van een verbonden en zorgeloze ervaring die perfect aansluit bij de sfeer op de wedstrijddag.

6. Interactie met fans in realtime

Dankzij de architectuur van Xperience by Kentico kunnen marketingteams fans zoals Julie met live-updates direct bij het spel betrekken, zodat niemand iets van de actie hoeft te missen.

7. Grotere wereldwijde reikwijdte en toegankelijkheid

Met de meertalige ondersteuning en lokale content van Xperience by Kentico voelen fans wereldwijd zich betrokken. Zo beleven Julie en haar vrienden thuis inclusieve momenten die het bereik van het team vergroten.

8. Sterke cybersecurity en data privacy

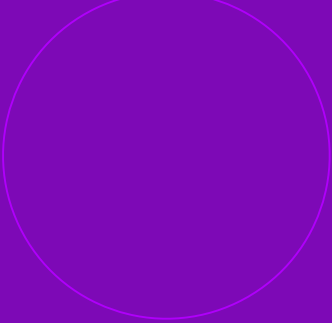
Xperience by Kentico stelt veiligheid voorop met standaard tweestapsverificatie, de strengste beveiligingsnormen en naleving van regionale privacywetgeving. Zo zijn de gegevens van fans optimaal beschermd en weet Julie zeker dat haar informatie in veilige handen is, wat haar vertrouwen versterkt.

9. Moderne, schaalbare technologieën omarmen

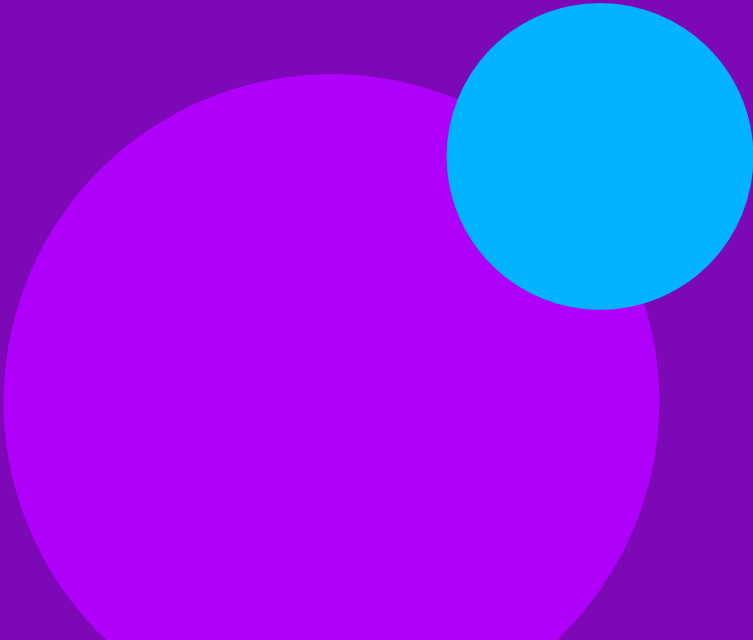
Dankzij het platform van Xperience by Kentico kun je moeiteloos opschalen en [snel nieuwe technologieën adopteren](#), waardoor systemen altijd up-to-date en efficiënt blijven. Fans zoals Julie profiteren van snellere, stabielere apps en innovatieve functies.

Julie's ervaring laat zien hoe een persoonlijke digitale reis een wedstrijddag kan veranderen in een onvergetelijk fanmoment. Met opties als live zitplaatsinformatie, persoonlijke aanbiedingen en interactieve activiteiten zorgt de Jumping Jackals-app ervoor dat haar gezin zich gewaardeerd en betrokken voelt. Deze vloeiende, geïntegreerde digitale beleving vergroot niet alleen hun plezier, maar versterkt ook de loyaliteit — een krachtig voorbeeld van succesvolle fanbinding.





**Waarom Xperience
by Kentico het
geheime ingrediënt
is van de
sportindustrie.**



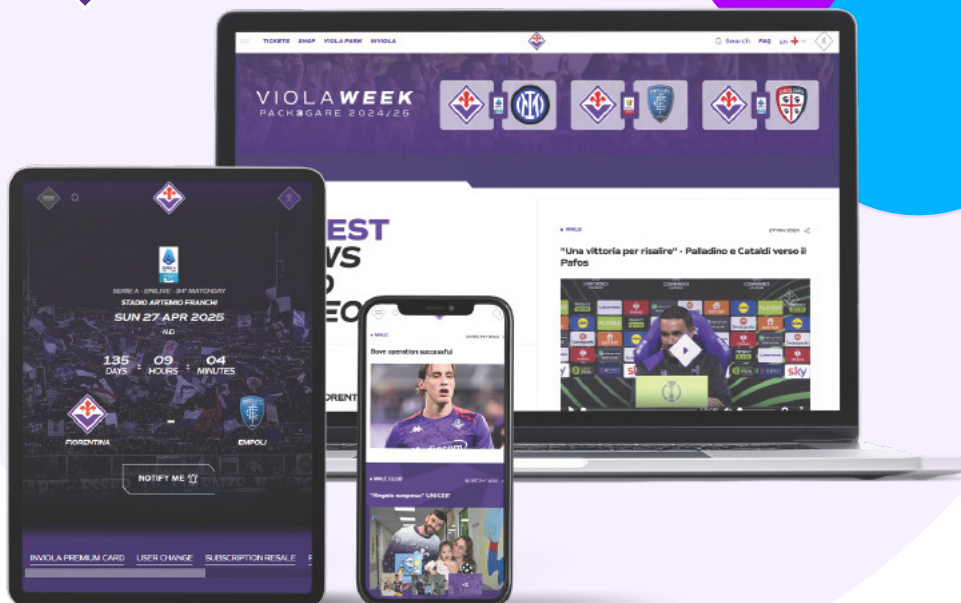
Xperience by Kentico geeft sportorganisaties de kracht om fans op elk digitaal kanaal te verrassen met een persoonlijke en boeiende beleving. Dankzij het centrale CMS, geavanceerde analyses, slimme personalisatietools en mobiele optimalisatie wordt content eenvoudig gemaakt en beheerd, voor directe en vlekkeloze interacties.

Met een geïntegreerd systeem zorgt Xperience by Kentico voor een consistente betrokkenheid van fans—of ze nou in het stadion zitten, thuis kijken of onderweg zijn. Door kanalen te koppelen en fanbewegingen te volgen, krijgen organisaties waardevolle inzichten en kunnen ze belevingen op maat bieden, waarmee loyaliteit en tevredenheid worden versterkt.

Door digitale marketingtools samen te brengen op een platform, verlaagt Xperience by Kentico de kosten, verbetert het de beveiliging en versnelt het de time-to-market. Dankzij het flexibele en geïntegreerde ontwerp kunnen teams van elke omvang zich blijven ontwikkelen en concurrerend blijven in een snel veranderende sportwereld.

In een tijd waarin fans steeds meer verwachten, helpt Xperience by Kentico sportorganisaties om verwachtingen te overtreffen, [het rendement te verhogen](#) en diepere, langdurige relaties op te bouwen.

Maar overtuig jezelf vooral...



ACF Fiorentina

Associazione Calcio Fiorentina (Fiorentina), een legendarische Italiaanse voetbalclub uit Florence, staat bekend om haar rijke historie in het Europese voetbal. Ondanks de successen op het veld, liep Fiorentina tegen flinke digitale uitdagingen aan. Het versnipperde digitale landschap zorgde voor een inconsistente gebruikerservaring, inefficiënt databeheer en beperkte interactie met de fans.

In samenwerking met Kentico-specialist Exetera heeft Fiorentina Xperience by Kentico geïmplementeerd om haar digitale platformen te bundelen tot een krachtig ecosysteem.

**450% groei in ▲
ticketopbrengsten
dankzij Xperience
by Kentico**



Consistente digitale ervaring:

Fans genieten nu van een vloeiende reis langs alle contactpunten, van kaartverkoop tot loyaliteitsprogramma's, zonder vervelende systeemproblemen.

Versterkte betrokkenheid:

Personalisatie zorgt voor op maat gemaakte content en aanbiedingen, waardoor supporters zich nog meer verbonden voelen met de club.

Moeiteloze kaartverkoop:

Geautomatiseerde ticketprocessen maken snelle en betrouwbare aankopen mogelijk, zoals blijkt uit 5.000 verkochte kaarten in slechts drie minuten voor Fiorentina-Inter.

Mobiele toegankelijkheid:

Met een mobielvriendelijk platform blijven fans overal en altijd verbonden, wat zorgt voor meer gemak en interactie.

Omzetgroei:

Een omzetstijging van 450% uit kaartverkoop laat zien hoe het platform betrokkenheid van fans omzet in tastbare winst.

Efficiënte processen:

Door processen zoals ticketing en databeheer te automatiseren, wordt handmatig werk beperkt en dalen de operationele kosten.

Datagedreven keuzes:

Door alle contact- en interactiegegevens te centraliseren, kan de club het gedrag van fans analyseren en de marketingstrategie verfijnen.

Groter bereik:

Met aantrekkelijke loyaliteitsprogramma's en inspirerende content trekt de club dagelijks gemiddeld 1.000 nieuwe fans aan.

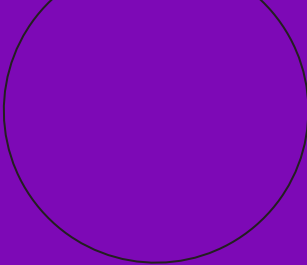
Schaalbaar ecosysteem:

Dankzij het sterke ontwerp van de website is er ruimte voor toekomstige vernieuwingen en blijft duurzame groei mogelijk.

[LEES HET VOLLEDIGE VERHAAL](#)

Xperience by Kentico heeft Fiorentina's digitale processen vernieuwd en een stevige basis gelegd voor voortdurende innovatie, zodat de club voorop blijft lopen in fanbetrokkenheid.





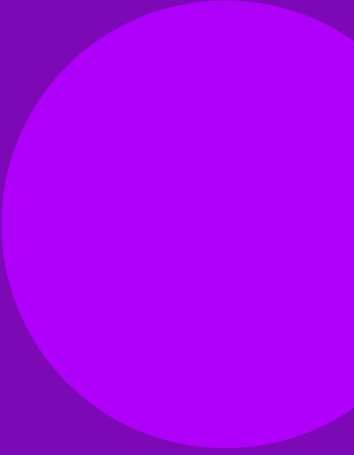
Xperience by Kentico: Een nieuwe standaard in fanbetrokkenheid.

Xperience by Kentico zorgt voor een revolutie binnen sportorganisaties door het mogelijk te maken moeiteloze, gepersonaliseerde digitale belevenissen te creëren op elk contactmoment. Door fans centraal te stellen, content slim te verspreiden en interactie direct mogelijk te maken, bouwen teams sterkere banden op en stimuleren ze langdurige loyaliteit.

Klaar om de beleving voor je fans te vernieuwen en betrokkenheid te vergroten zoals nooit tevoren?

Plan vandaag nog een demo van Xperience by Kentico en ontdek hoe dit geïntegreerde digitale platform jouw prestaties naar een hoger niveau tilt.

[BOEK EEN PERSOONLIJKE DEMO](#)



Over Kentico & Aviva Solutions.

Kentico en Aviva Solutions bundelen hun krachten op het gebied van digitale ervaring en technologische expertise om sportclubs en 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. Tot de klanten behoren onder andere FC Mainz, Fenerbahce SK en Red Bull Salzburg.

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

Bart Hoppe

Digital Experience Specialist

+31 6 49781921



kentico.com



avivasolutions.nl