



Nestlé breidt partnership met Qualifio uit, voor meer klantbetrokkenheid wereldwijd

Persbericht

Louvain-la-Neuve, België, januari 2026 — Qualifio, het toonaangevende Europese first- en zero-party dataverzamelingsplatform, kondigde vandaag een belangrijke mijlpaal aan binnen de lange samenwerking met Nestlé. Wat in 2016 in België begon als een lokale pilot is het afgelopen decennium uitgegroeid tot een strategisch platform dat wereldwijd in gebruik is genomen en dat een centrale rol vervult in het marketing-technologie-ecosysteem van Nestlé.

In 2026 zal Qualifio binnen alle Nestlé-markten in gebruik worden genomen, een belangrijke versnelling in de digitale transformatie van het bedrijf. Dit volgende hoofdstuk geeft de Nestlé -merken gemakkelijker toegang tot de tools die ze nodig hebben voor rijkere, meer gepersonaliseerde ervaringen voor miljoenen consumenten wereldwijd.

Een langdurig partnership dat snel kan uitbreiden

Het partnership tussen Nestlé and Qualifio is gestaag gegroeid, waardoor teams verspreid over de wereld via interactieve en gegamificeerde ervaringen consumenten kunnen binden. In 2025, voerden Nestlé-merken wereldwijd meerdere campagnes uit die waardevolle consumenteninzichten opleverden, waardoor meer gepersonaliseerde ervaringen en sterkere merkloyaliteit mogelijk werden.

Met deze laatste uitbreiding stelt Qualifio zelfs nog meer marketeers, brandmanagers en CRM-specialisten in staat tot effectieve interactie met consumenten voor alle Nestlé-categorieën, waaronder iconische merken zoals KitKat, Nescafé, Maggi.

Loyaliteitsprogramma's: een nieuw hoofdstuk in hoe Nestlé klanten waarde levert

Als onderdeel van deze volgende fase introduceert Nestlé loyaliteitsprogramma's van Qualifio, opgezet voor een continue waarde-uitwisseling met consumenten, dus geen eenmalige interacties.

Door deelname en herhaaldelijke betrokkenheid te belonen, kunnen deze programma's:

- **waardevolle relaties** met consumenten versterken;
- **klantenbehoud** en **herhaalde deelname** verbeteren;
- **inzicht in consumentenvoorkeuren** verdiepen;
- zorgen voor rijkere, boeiendere **ervaringen** binnen markten en categorieën.

Loyaliteitsprogramma's staan voor een natuurlijke evolutie van de strategie van Nestlé, waarbij de consument en het opbouwen van langetermijnrelaties centraal staan bij de digitale marketinginspanningen.

Anna Rosàs Bresca, Global Senior Product Manager bij Nestlé, zei hierover: *"Qualifio is een essentieel onderdeel geworden van onze consumentenbindings- en datastrategie. De flexibiliteit en het gebruiksgemak hebben ons in staat gesteld om consistente, gepersonaliseerde ervaringen te creëren in verschillende markten en categorieën, met de hoogste standaarden voor data privacy. Door dit wereldwijd in te voeren, loyaliteitsprogramma's te introduceren en gebruik te maken van functies zoals het binnenhalen van leads en progressieve profilering, versnellen we onze inspanningen om meer inzicht te krijgen in onze klanten en betekenisvolle waarde te leveren binnen het hele Nestlé-ecosysteem."*

Een Europees tech-succesverhaal

Vanuit het hoofdkantoor in België is Qualifio voor een aantal van de grootste Europese consumer brands uitgegroeid tot een vertrouwde MarTech-partner. Via het platform kunnen bedrijven first- en zero-party-data verzamelen via interactieve en gegamificeerde ervaringen, waarbij betrokkenheid van consumenten wordt omgezet in bruikbare inzichten. De uitbreiding binnen Nestlé geeft het toenemende belang aan van **Europese privacy-first technologieën** die bedrijven helpen consumenten op meer betekenisvolle, transparante en gepersonaliseerde manieren te benaderen.

Laurent Mélon, General Director bij Qualifio: "Deze mijlpaal staat voor jaren van gerichte productontwikkeling en nauwe samenwerking met Nestlé. De keuze van Nestlé om Qualifio

wereldwijd in te zetten bevestigt de kracht van ons platform en het vertrouwen dat we in de loop der tijd samen hebben opgebouwd. We kijken vooruit naar dit volgende hoofdstuk en zetten ons in om de komende jaren consistente waarde te blijven leveren.”

Over Qualifio

Qualifio is het toonaangevende Europese first- en zero-party dataverzamelingsplatform voor consumer brands. Het platform stelt marketingteams in staat om bruikbare inzichten te verzamelen via interactieve en gegamificeerde campagnes. Zo worden gepersonaliseerde ervaringen gecreëerd die de betrokkenheid vergroten en inkomsten laten groeien.

Wereldwijd gebruiken meer dan 400 bedrijven Qualifio. Daaronder Nestlé, L'Oréal, Unilever, Currys, Valencia CF, LolaLiza, Daily Mail Group, Vivendi en DPG.

Ga voor meer informatie naar <https://qualifio.com>

Neem voor meer informatie contact op met Anastasia Babatzikis op +32 498 59 08 74 of stuur een e-mail naar anastasia@qualifio.com

