

Value Based Advertising

Het is altijd een uitdaging voor adverteerders geweest om hun doelgroepen online te kunnen bereiken. Als je je doelgroep definieert als 'vrouwen in de leeftijd van 20-40' is het nog relatief makkelijk. Maar wat als je bedrijf werkt met doelgroepen die verder gaan dan alleen een demografische afkadering, zoals de waardensegmentatie van Motivaction (Mentality) of persona's?

Door onze innovatieve samenwerking met digitalAudience is het nu wel mogelijk om online gericht te targeten op de Mentality-groepen. Hoe werkt dat precies? digitalAudience heeft een grote database waarin ze 'online identifiers' gekoppeld hebben aan offline data. 'Online identifiers' zijn zaken als e-mailadres, 06-nummers en cookies. De offline data bestaat uit een groot scala van socio-demografische gegevens.

Door ook data van Motivaction toe te voegen aan de digitalAudience-database, is de unieke mogelijkheid ontstaan om online te targeten op waardensegmentaties als Mentality, Vijf Tinten Groener, Burgerschapstijlen, et cetera. Ben je bijvoorbeeld op zoek naar cultuurliefhebbers, risicomijders, ambitieuze hardwerkers, maatschappelijk betrokkenen, voorlopers in duurzaamheid of postmoderne hedonisten? Wij helpen je ze online te vinden en te activeren.

Motivaction en digitalAudience bieden met Value Based Online Marketing jou de volgende mogelijkheden:

Advertenties nog specifiek richten op jouw doelgroep

Met de datakoppeling tussen de online en offline wereld kun jij precies selecteren bij wie de boodschap terecht moet komen en die boodschap optimaal op hen afstemmen. Dit staat garant voor een effectieve inzet van je budget en een hogere ROI. In het advertentieplatform van digitalAudience maak je de door jou gewenste selecties op basis van Mentality en kan je adverteren op praktisch alle reguliere online kanalen.

Breng in kaart wie jouw website bezoekt, jouw nieuwsbrief leest, jouw online campagne gezien heeft, et cetera

Door pixels te plaatsen op de landingspagina, kan er een Mentality- profiel opgebouwd worden van de bezoekers van jouw website of zelfs real-time de content aangepast worden aan sitebezoekers. Door een pixel te plaatsen in een banner of nieuwsbrief kan er doorgemeten worden of jouw campagnes bij de juiste mensen terecht gekomen is. Een pixel legt de link tussen klant en de (Mentality) database van digitalAudience.

Verrijken CRM-systeem

Heeft jouw bedrijf e-mailadressen verzameld en zou je graag meer weten over het (waarden) profiel van deze mensen? Dan kan je data verrijkt worden met zowel zachte als harde data. Dit biedt waardevolle insights die breed ingezet worden voor diverse CRM-activiteiten.