



Hoe werkt online segmentatie via 4orange De mogelijkheden en de resultaten

4orange, 2016

Hoe werkt online segmentatie via 4orange? - De mogelijkheden en de resultaten.

4orange is in staat de eerste landelijk dekkende segmentatie te lanceren die zowel online als offline iedere consument kan segmenteren. Door deze ontwikkeling is de stap naar consistente en relevante communicatie voor iedere consument over ieder kanaal binnen handbereik voor alle organisaties die dit als speerpunt in haar marketing beleid hanteren. 4orange werkt hiervoor samen met een internationaal MRC geaccrediteerde specialist op het gebied van IP Intelligence.

Hoe werkt online segmentatie en wat levert het op?

Neem bijvoorbeeld mediabureaus. Zij managen advertentiebudget van adverteerders / merken. De opdracht is om zo efficiënt mogelijk over allerlei kanalen advertentieruimte in te kopen waarbij een belangrijke 2^e doelstelling is een zo groot mogelijk bereik binnen de gewenste doelgroep.

Hoe ging dit tot voor kort in zijn werk?

- In het verleden werd getarget op basis van het kanaal (70% van de kijkers naar Net5 is vrouw in de leeftijd 30-45, dus als de doelgroep leeftijdscategorie 30-45 is, moet op Net5 geadverteerd worden). Tegenwoordig is er een veel grotere bewijslast nodig om naar de adverteerders aan te tonen dat de advertenties ook echt aan de doelgroep wordt getoond.
- Online is het meest gebruikte instrument voor het achteraf meten van de resultaten. Dit gebeurt meestal aan de hand van Comscore of van MSI-ACI. Met deze data kan een sample van ongeveer 0,1% van online bezoek op Cookie of IP adres worden gematcht, dus bij 10 miljoen bezoekers heb je 10.000 “respondenten” waar een profiel van kan worden gemaakt.
- Voor het vooraf beter selecteren is er niets. Men selecteert publishers (De Telegraaf, Nu.nl, Viva Forum, etc.).

Hoe gaat dit nu in zijn werk?

- 4orange heeft haar segmentatiedata (Personicx en Infobase) gekoppeld aan Geo-IP in het Videology platform hangen. Via dit platform kunnen mediabureaus nu aan het IP adres van een bezoeker op de website van een publisher zien of het de doelgroep is of niet. Men kan dus veel preciezer selecteren aan wie een (video)advertentie wordt getoond. 4orange is de enige aanbieder met 100% dekking in Nederland op IP adres niveau. Voor media bureaus dé route om volumes te kunnen draaien.
- Controle achteraf gaat nog steeds op basis van het Comscore panel.

Voor mediabureaus is de belangrijkste toegevoegde waarde dat het bereik binnen de doelgroep aanzienlijk wordt vergroot. Dit blijkt uit het feit dat in split runs een index van 200-220 verbetering te zien is tussen het budget dat op basis van de methode van 4orange wordt ingezet en het budget dat op de traditionele manier ingezet. Onder ‘beter’ verstaat men het percentage impressies dat *aantonbaar* aan de juiste doelgroep wordt geserveerd.

Het resultaat van campagnes kan veel beter zijn als er geen einddatum aan de campagnes is gekoppeld. Neem bijvoorbeeld een grote nationale bank die onlangs een campagne van 4 miljoen impressies heeft gedaan op een jonge doelgroep. In de praktijk is van tevoren niet bekend of er ook zoveel jonge mensen in de doelgroep op de website van deze publishers komen om die advertenties

te bekijken. Om ervoor te zorgen dat 4 miljoen impressies worden bereikt binnen een week, wordt de advertentie onder tijdsdruk gereserveerd aan mensen die minder lijken op de doelgroep. Daardoor is het resultaat slechter dan wanneer er geen einddatum aan de campagne zou zijn gekoppeld.

4orange adviseert dan ook met meerdere adverteerders meerdere soorten advertenties af te spreken, zodat aan de hand van het IP adres het profiel bekeken kan worden en de juiste advertentie geselecteerd kan worden bij dat profiel, zodat 100% accuratesse gerealiseerd kan worden.

Neem voor meer informatie contact op met 4orange via 020-7504400 of email info@4orange.nl