

De juiste socio-demografische variabelen voor een relevante en rendabele doelgroepselectie

Bereidt u een grote nationale prospectiecampagne voor? Of net een heel gerichte actie? Of werkt u aan de trouw van uw bestaande klanten? CONSU-data reikt u de juiste socio-demografische variabelen aan voor een relevante en vooral rendabele doelgroepselectie.

CONSU-data, het grootste deelbestand van CONSU-matrix

CONSU-data is het grootste deelbestand van CONSU-matrix, de totaaloplossing van WDM Belgium voor Data Delivery. Met een potentieel van meer dan 85% van de totale Belgische bevolking, of meer dan 3,7 miljoen gezinnen of 6,5 miljoen individuen (18+), gelinkt aan een grote waaier aan selectiecriteria, krijgt u oneindig veel toepassingsmogelijkheden.

De basiscriteria van CONSU-data zijn onder te brengen in:

- > Geografische criteria: postcode, (deel)gemeente, buurt, straatsegment, Nielsen regio...
- > Persoonlijke criteria: taal, geslacht, leeftijd
- > Gezinscriteria: aantal volwassenen en hun leeftijd, aantal kinderen per leeftijdsklasse, gezinstypologie...
- > Woningcriteria: uni- of multifamiliale woning, urbanisatiegraad
- > Buurt/koopkrachtcriteria: sociale klasse, percentage eigenaars en tuinen in de buurt

Binnen CONSU-matrix kunt u alle beschikbare variabelen combineren. Zo kunt u uw doelgroep haarfijn afbakenen, met een rechtstreekse impact op de ROI van uw campagne.

En natuurlijk combineert u niet alleen de beschikbare variabelen in CONSU-matrix. Hoeveel off- en on-line-contactpunten u kunt bereiken? Wat uw potentieel is voor een telemarketingactie? U krijgt meteen een overzicht van de beschikbare aantallen per kanaal.

Continue ontwikkeling van nieuwe variabelen

Om u meer toegevoegde waarde te kunnen bieden, ontwikkelt WDM Belgium echter continu nieuwe variabelen, gebaseerd op een relevante combinatie van data, zoals ondermeer:

- > Mosaic: een sterke socio-demografische typologie op straatsegmentniveau. Gekozen als "Golden CIM standard"-variabele
- > iCARus: de wagentypologie van CONSU-matrix, een belangrijke koopkrachtindicator
- > Etymologie: typologie die de waarschijnlijkheid weergeeft van het land van herkomst van een persoon op basis van familienaam en buurt
- > Burenselcties: burens van uw bestaande klanten zijn vaak uw beste prospects

Bent u niet zeker welke variabelen u het best inzet voor uw doelgroepbepaling? Onze oplossingen CONSU-score zijn er voor u.

Kwaliteit gegarandeerd

Naast de brede waaier van toepassingsmogelijkheden van CONSU-data voor uw doelgroepbepaling en -selectie, krijgt u nog een extra kwaliteitsgarantie op de contactpunten:

- > Informatie over verhuizers en nieuwe telefoonnummers wordt elke dag geüpdatet. De andere informatie wordt minstens drie keer per jaar aangepast. Elke keer voegen we dan ook nieuwe contactpunten toe. Door de actualiteit van de informatie herleidt u het aantal postretours tot een absoluut minimum.
- > Referentiebestanden garanderen ook een optimale adreskwaliteit. Op basis van CONSU-matrix schrijft u uw consumenten altijd kwalitatief aan. In tweetalige gebieden respecteert u bovendien de taal van de consument. Het naam- en adresveld is het eerste element dat in het oog springt bij een mailing.
- > WDM Belgium levert u alleen bruikbare consumentencontacten. Instellingen, homes en gevangenissen weren we sowieso uit de selecties. Geen verlies voor u, geen irritaties bij de consumenten.
- > En natuurlijk werken we altijd in vol respect voor de privacy van de consument. Als actief lid van het BDMV duwt WDM Belgium bij elke selectie alle consumenten weg die zich op de Robinslijst lieten plaatsen, net als de personen die zelf aan WDM Belgium lieten weten dat ze geen mailings meer willen ontvangen.

In de praktijk

Voor welk type campagnes bent u met CONSU-data aan het goede adres?

Een greep uit de voorbeelden:

- > U lanceert een nieuwe reisformule die zich richt naar jonge alleenstaanden? En u bent op zoek naar maximaal adrespotentieel? Want u wilt uw hele doelgroep direct aanschrijven om uw nieuw aanbod wereldkundig te maken?
- > U wilt graag ouders van kinderen van 6 tot 8 jaar opbellen om abonnementen op een nieuw kidsmagazine te verkopen?
- > U verkoopt tuinartikelen op afstand en u wilt uw klantenpotentieel graag vergroten? Daarvoor doet u een beroep op de burenselcties binnen CONSU-data, want het gras is altijd groener aan de andere kant van het hek.
- > U bent retailer en hebt een profielanalyse laten maken van uw eigen klanten? Nu wilt u nieuwe prospecten selecteren met een gelijkwaardig profiel in een straal van 6 km rond uw winkelpunt?

Vraag uw specifieke telling aan en wij bezorgen u een overzicht van het beschikbare adrespotentieel per kanaal.



DATA DELIVERY

CONSU-data

AL VIJFTIEN JAAR AAN HET GOEDE ADRES

KRIJGT U GRAAG MEER INFORMATIE?

WDM Belgium is uw ervaren gids als u prospectiecampagnes opzet. Wij helpen u graag verder met uw

doelgroepselectie en kanaalkeuze op basis van de CONSU-matrix.