

De ideale basis voor al uw event driven acquisitie- en crm-campagnes

U bent op zoek naar consumenten die zich op een keerpunt in hun leven bevinden? Want u wilt mee profiteren van die magic marketing moments, waarop consumenten met nieuwe noden aan producten of dienstverlening geconfronteerd worden? Met CONSU-dynamics staat uw product of dienst op de eerste rij.

We onderkennen duidelijke socio-demografische trends: transitie van de ene gezinssituatie naar de andere komen frequenter voor. Traditionele levenscycli gaan over in complexe. Makkelijk voorspelbare behoeften gaan over in snel wijzigende noden. Op deze ogenblikken zijn consumenten sneller geneigd om van consumptiepatroon te veranderen en hebben ze specifieke behoeften en wensen.

‘De juiste boodschap voor de juiste persoon via het juiste kanaal op het juiste moment’ geldt dan zeker.

Om u hierbij te helpen, presenteert CONSU-dynamics deze bestanden:

- > Life stages
- > Movers
- > Movers History
- > Kids-Data en Teens-Data

Life stages

Op basis van de vergelijking van opeenvolgende versies van de data van CONSU-matrix is WDM Belgium in staat een groot aantal levensfasen en transitie te onderkennen. Vanuit het standpunt van:

- > een kind: eerste en plechtige communie (regionaal), start van het volwassen leven...
- > een volwassene: midlife, pensioenvoorbereiding, voorbereiding van de erfenis...
- > een gezin: nieuw kerngezin of split, left/back/split/empty nest (in totaal ongeveer 270.000 veranderingen per jaar)

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.

Movers

Als mensen verhuizen, betekent dat voor hen veel meer dan een nieuw adreskaartje. Een verhuizing gaat gepaard met de grote momenten in het leven. Maar ook voor u zijn verhuismomenten belangrijk, want mensen die veranderen vormen een interessante doelgroep.

De nieuwe woning moet ingericht en georganiseerd worden, en bovendien gaat het hier vooral om mensen die hun gewoontes veranderen. Gewoontes die u kunt beïnvloeden door ze te informeren en uw producten of diensten voor te stellen.

Het Moversbestand is gecompileerd uit verschillende bronnen. Als Agreed Mutapost Partner krijgt WDM Belgium de verhuisdata van de dienst DoMyMove die De Post zijn klanten aanbiedt. Maar een groeiende groep verhuizers meldt zijn nieuwe adres niet bij De Post.

Daarom detecteert WDM Belgium bijkomende verhuizingen met CONSU-data. Met wekelijkse updates voor zo'n 350.000 verhuizers per jaar is Movers het grootste én snelste verhuizerbestand op de markt.

Movers History

Gebaseerd op de informatie uit het Moversbestand over een periode van meer dan tien jaar is WDM Belgium in staat nieuwe variabelen te creëren, die u helpen om uw doelgroepsselectie te verfijnen: frequente verhuizers en frequente verhuisadressen.

Movers History schat in of de huidige bewoners van een woning er al dan niet voor langere termijn zullen blijven wonen, door te kijken naar de gemiddelde bewoningsduur van de vorige bewoners en andere variabelen zoals de leeftijd van de huidige bewoners.

Kids-Data & Teens-Data (in samenwerking met Family Service)

Kids-Data (3 tot 11 jaar) en Teens-Data (12 tot 18 jaar) zijn de enige bestanden op de Belgische markt die u toelaten om kinderen rechtstreeks aan te schrijven of een gecombineerde boodschap naar ouders en kinderen te sturen.

Met een dekking van gemiddeld 65% van alle kinderen en beschikbaarheid van voornaam en geboortedatum van het kind openen deze bestanden de deur naar effectieve jongerenmarketing, aangepast aan de leeftijd van het kind.

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

In de praktijk

CONSU-dynamics voor al uw event driven prospectie- en crm-campagnes

Een greep uit de voorbeelden:

- > Als retailer verwelkomt u graag nieuwelingen in de buurt van uw winkels met een speciale korting? Daarvoor bent u op zoek naar verhuizers die in de aantrekkingszones van uw winkelpunten komen wonen? Movers bezorgt u het grootste potentieel verhuizers.
- > Een fundraiser is altijd op zoek naar manieren om de ROMI van zijn acties te verhogen door steeds effectiever te selecteren. Want voor het goede doel telt elke cent. Analyse geeft aan dat gezinnen waar de kinderen het huis uitgaan gulle schenkers zijn.
- > Kredietverstrekkers ondervonden dat gezinnen die dikwijls verhuizen meer dan gemiddeld krediet vragen. Movers History is dus toegevoegd aan de vaste selectievariabelen voor acquisitieacties.
- > Elke bankier weet dat hij consumenten zo vroeg mogelijk aan zich moet binden. Daarom bent u op zoek naar jongeren vanaf twaalf jaar om ze te informeren over uw jongerenrekening. Maar als het op budget aankomt, weet u dat ook de ouders graag een oogje in het zeil houden. Via Teens-Data informeert u zowel de kinderen als de ouders direct en persoonlijk over uw aanbod.
- > Mensen die binnenkort op pensioen gaan, hebben hun zaakjes graag bij elkaar en kijken al uit hoe ze met de uitkering van hun pensioenfonds zullen omgaan. Beleggen? Uitgeven? Bankiers en verzekeraars, reisagenten, immobielmakelaars, autofabrikanten staan klaar om deze consumenten te gidsen bij het goed beheren en besteden van hun kapitaal. Ze doen een beroep op de variabele pensioenvoorbereiding.

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



DATA DELIVERY

KRIJGT U GRAAG MEER INFORMATIE?

WDM Belgium is uw ervaren gids bij het opzetten van prospectie- en kanaalkeuze op basis van de CONSU-matrix. Wij helpen u graag verder met uw doelgroepsselectie en kanaalkeuze op basis van de CONSU-matrix.

CONSU-dynamics

DE MAGIC MARKETING MOMENTS IN KAART GEBRACHT