

De levensstijl van 43% van de Belgische gezinnen in kaart gebracht

U bent op zoek naar actuele en responsgevoelige contactpunten? Naar diepgaande segmentatiemogelijkheden om uw klantenwervingsacties te ondersteunen?

Met CONSU-lifestyle bevat CONSU-matrix het grootste aanbod aan lifestylecriteria in België. Zo bent u verzekerd van de hoogste volumes, de meest diepgaande selecties en hebt u toegang tot alle directmarketingkanalen.

Duizenden selectiecriteria

CONSU-lifestyle beschikt over uitgebreide consumentenkennis over zowat twee miljoen Belgische gezinnen, dankzij omvangrijke consumenten-enquêtes (Permesso's Grote consumenten-enquête, Select Post van Belgian Post Solutions, andere vragenlijsten via partners...) en interactieve responsconcepten (Permesso.be, www.wineenhuis.be).

Zo verzamelt WDM Belgium duizenden selectiecriteria en brengen we uw doelgroepen in kaart voor:

- > Hobby's, sport en interesses
- > FMCG-aankoopgedrag en productgebruik
- > Retailprofielen, gebruik van Internet en verkoop op afstand
- > Communicatieprofielen: gebruik van vaste lijnen en mobiele telefonie, internetprofiel
- > Autobezit
- > Budgetbeheer, verzekeringsprofiel en grote aankopen
- > Huis en tuin
- > Keuze van energiebronnen
- > Vakantie
- > Beroepen: zelfstandigen, vrije beroepen, bestuurders/zaakvoerders op privé-adres

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.

36 Lifestyle clusters voor extra targeting mogelijkheden

Maar WDM Belgium gaat nog een stap verder en creëert 36 Lifestyle Clusters voor u. De Lifestyle Clusters zijn bijkomende, krachtige targetingmogelijkheden, samengesteld op basis van een groot aantal onderliggende lifestyle variabelen:

- > Hobby's en interesses: vb. doe-het-zelvers, petspenders of cocooners
- > Mediagedrag: vb. kwaliteitskrantenlezers, kijkers van commerciële tv-zenders
- > Eten en drinken: vb. bourgondiërs, snoepers
- > Merkgebruik: vb. A-merk gebruikers, switchers
- > Geldzaken: vb. big spenders, prijsbewuste mensen
- > Koopkanalen: vb. directe verzekeringnemers, internetkopers

Profession Indicator

De beroepsgroep waartoe de leden van een gezin behoren, geeft een goede indicatie van koopkracht en tijdsbesteding. We kunnen ervan uitgaan dat de bestuurders van een grote onderneming meer kunnen spenderen dan de gemiddelde ambtenaar. Om tegemoet te komen aan de markt vraag om deze beroepsgroepen in kaart te brengen, creëert WDM Belgium de Profession Indicator. Een beroepstypologie met zeven klassen, gaande van topberoepen en hogere professionele categorieën, over bedienden en ambtenaren, naar het deel van de bevolking dat niet beroepsactief is.

Kwaliteit gegarandeerd

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

CONSU-lifestyle wordt elke week gevoed door actuele data via onze interactieve responsconcepten, waardoor u alvast heel kort op de bal kunt spelen. Informatie over verhuizers en nieuwe telefoonnummers updaten we elke dag. En onze referentiebestanden garanderen ook een optimale adreskwaliteit.

Bovendien verzamelt WDM Belgium contactpunten en informatie van heel responsieve respondenten: ze hebben al bewezen open te staan voor direct marketing en hun gegevens achter te laten om interessante aanbiedingen via post, telefoon of e-mail te ontvangen.

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 Robinsonlijst lieten plaatsen, net als de personen die zelf aan WDM Belgium lieten weten dat ze geen mailings meer willen ontvangen.

In de praktijk

Voor welke campagnes bent u met CONSU-lifestyle aan het goede adres?

Een greep uit de voorbeelden:

- > U wilt de lancering van een nieuwe cosmetica graag ondersteunen met een originele dm-actie en zoekt actieve vrouwen, die zowel met hun binnenkant (gezondheid) als met hun buitenkant (lichaamsverzorging) bezig zijn?
- > U zoekt consumenten die bereid zijn veel geld te spenderen aan de verzorging van hun huisdieren?
- > U zoekt risicoaverse individuen, die geïnteresseerd zouden kunnen zijn in een nieuwe vorm van risicoloos beleggen?
- > U wilt een product voor private banking promoten bij mensen met beleggingsmogelijkheden? Daarvoor zoekt u vermogende prospecten op basis van beroepsinformatie, in combinatie met koopkrachtindicatoren verbonden aan hun woonplaats?
- > U brengt hoogrendementsketels aan de man en wilt graag een prospectieactie opzetten bij gezinnen die hun huis met stookolie verwarmen?
- > Om uw dealernetwerk te ondersteunen, zoekt u gezinnen waar de auto aan vervanging toe is en die uw merk in overweging nemen? U wilt graag een apart bestand per dealer, gebaseerd op de ligging?

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 verder met uw doelgroepselectie bij het opzetten van prospectiecampagnes. Wij helpen u graag en kanaalkeuze op basis van de CONSU-matrix.

CONSU-lifestyle

HET GROOTSTE AANBOD AAN LIFESTYLECRITERIA IN BELGIË