

Analyse van de levensstijl en van het gedrag van uw doelgroep

Droomt u er ook van om meer te weten over de interesses en de hobby's van uw klanten? Hun koopgedrag te begrijpen? Wilt u graag weten wat uw prospects echt interesseert? En wilt u ze graag bereiken via hun favoriete media?

Kennis over de consument is vitaal om doelgerichte en doeltreffende marketingcampagnes uit te werken. Op sommige gebieden is het moeilijker om informatie te verzamelen over consumenten. Toch biedt ook die informatie een enorme marketingmeerwaarde. Informatie over levensstijl bijvoorbeeld. Met een lifestyleanalyse helpt WDM Belgium u uw kennis over uw doelgroep – klanten en prospects – te ontwikkelen door er de levensstijl en het gedrag van te analyseren.

Onze oplossing analyseert het profiel van de bestudeerde doelgroep – uw klanten bijvoorbeeld – door die te vergelijken met het lifestyleprofiel van het bestand van WDM Belgium ⁽¹⁾. Daardoor kunnen we de typische kenmerken afbakenen waarin uw doelgroep zich onderscheidt. Zo krijgt u direct bruikbare informatie over wat uw doelgroep interesseert, wat uw klanten of prospects doen in hun vrije tijd, hoe ze aankijken tegen media en hoe het zit met hun koopgedrag.

In onze oplossing zitten twee luiken die elkaar perfect aanvullen: enerzijds een algemeen verslag van de resultaten, de algemene conclusies over het lifestyleprofiel van de bestudeerde doelgroep, en anderzijds een gedetailleerd verslag met precieze informatie over alle beschikbare lifestylecriteria afzonderlijk.

⁽¹⁾WDM Belgium beschikt over het grootste aantal life style gegevens op de hele Belgische markt. Het gaat om gegevens die onze partners of wijzelf verzamelen met vragenlijsten over het consumptiegedrag van Belgische gezinnen. In totaal zitten er in onze database CONSUMATRIX, lifestylegegevens over 1,8 miljoen gezinnen in ons land.

Lifestyle-Insight: resultaten

Cultuurliefhebbers	Klanten	%	Lifestyle bestand	%	Index
None	400	15,3	319.213	19,5	79
Low	356	13,7	273.691	16,7	82
Medium	1.049	40,2	615.308	37,6	107
High	802	30,8	427.165	26,1	118

A Brands	Klanten	%	Lifestyle bestand	%	Index
None	9	0,7	8.314	0,9	72
Low	426	30,8	304.155	32,9	94
Medium	444	32,1	301.979	32,6	98
High	504	36,4	310.639	33,6	109

E-Business (Internet kopers)	Klanten	%	Lifestyle bestand	%	Index
Non	3.139	77,4	277.955	87,5	88
Oui	914	22,6	39.616	12,5	181

Profiel van de klanten op basis van 3 lifestyle criteria. De klanten uit dit bestand zijn matige tot grote cultuurliefhebbers, kopen veel merken en kopen vaker via Internet dan de consumenten uit het referentiebestand.

Uw voordelen

Een Lifestyle-Insight oplossing van WDM Belgium levert u altijd nuttige en direct bruikbare informatie op.

Het is een strategische tool om u in staat te stellen doeltreffende marketingcampagnes te ontwerpen. Een onmisbare tool als u graag weloverwogen keuzes maakt voor uw prospectie en als u op zoek bent naar nieuwe klanten en om de trouw van uw bestaande klanten te bevorderen.

Met een lifestyleanalyse krijgt u het antwoord op vragen als:

- > Wie zijn mijn klanten? Wat interesseert hen?
- > Met welke boodschap maak ik de meeste kans op belangstelling van mijn prospects? Via welke media bereik ik ze het best?
- > Wat is het verschil tussen mijn klanten voor product A en voor product B?
- > Kon ik met een nieuw product een nieuw type van klanten aantrekken?
- > Wat is de levensstijl of het specifieke gedrag van mensen die geen klant blijven?

Dat opent heel veel toepassingsmogelijkheden voor uw marketingstrategie:

- > Optimale selectie van prospectieadressen
- > Nauwkeurige omschrijving van doelgroepen voor uw Cross Sell campagnes
- > Aangepaste communicatie op grond van lifestyleprofiel van uw doelgroep
- > Een perfect aangepast mediaplan.

Testimonials

Heel wat ondernemingen deden al beroep op Lifestyle-Insight van WDM Belgium. Het gaat om ondernemingen uit alle mogelijke sectoren: banken, telecommunicatie, FMCG, retail, postorder, auto, fundraising...

Soms bevestigen de conclusies wat de marketeer zelf al aanvoelde, maar even vaak levert een lifestyleanalyse verrassende inzichten op. Altijd zorgt ze voor verrijkende informatie die perfect bruikbaar is voor beslissers in organisaties.

Cases en testimonials van klanten:

Fiat

Fiat vroeg WDM Belgium een profielanalyse van de klanten die een "Grande Punto" gekocht hadden. Het klantenprofiel vergeleken we eerst met het profiel van de hele Belgische bevolking en daarna met het profiel van klanten van concurrerende merken en modellen (die we identificeerden op basis van een selectie in de Lifestyle database van WDM Belgium). Daarna vergeleken we het profiel van nieuwe klanten voor de "Grande Punto": met dat van klanten die vroeger al eenzelfde model besteld hadden.

Fiat haalde uit de profielanalyse heel interessante informatie: zo stelden ze vast dat de evolutie van het model en de nieuwe versie van de "Grande Punto" een heel ander klantenprofiel aantrok: jongere klanten, die dynamischer zijn en vaker het internet gebruiken.

Die conclusie zorgde ervoor dat Fiat zijn strategie voor Sales en After Sales grondig bijstuurde en de communicatie beter afstemde op de verschillende klantensegmenten. Ook de doelgroepselectie voor prospectieacties is grondig aangepast.

Plan België

Plan België is een onafhankelijke Belgische niet-gouvernementele organisatie die zich tot doel stelt om de leefomstandigheden van kinderen in het Zuiden structureel te verbeteren en de Belgische bevolking bewust te maken van de noodzaak tot ontwikkelingssamenwerking.

Deze organisatie gaf WDM Belgium de opdracht het socio-demografische en het lifestyle profiel van zijn schenkers te analyseren. De studie heeft verrassende en heel interessante resultaten en besluiten opgeleverd.

Zo heeft Plan België een beter inzicht gekregen in de leeftijdsverdeling en de gezinssamenstelling van zijn schenkers en werd er vastgesteld dat de donateurbevolking verjongt. Verder heeft de lifestyle analyse Plan België geleerd dat zijn donateurs zich niet als donateurs beschouwen maar echt als Plan Ouders van hun Plan Kind.

Plan België heeft de conclusies uit de analyses van WDM Belgium aangewend in de verdere uitbouw van zijn fondswervende acties.



DATA INTELLIGENCE

KRIJGT U GRAAG MEER INFORMATIE?

Onze specialisten in **DM** en **Data Intelligence** bekijken graag samen met u hoe u

dankzij een Lifestyle-Insight oplossing het maximum haalt uit uw klanten en prospects.

Lifestyle-Insight

WIE ZIJN MIJN KLANTEN? EN HOE ZIET HET PROFIEL VAN MIJN PROSPECTS ERUIT?