

Mosaic

Nieuwe typologie

WDM Belgium heeft samen met Experian Business Strategies een nieuwe Mosaic typologie ontwikkeld. Dit is een socio-demografische classificatie van Belgische consumenten op basis van een grote verscheidenheid aan data. Naast demografische gegevens werden ook socio-economische en consumptiegegevens, gegevens over woningen en woonomstandigheden ingeschakeld.

Alle gegevens werden op twee niveaus verwerkt : op straatsegmentniveau (170 000 eenheden) en buurtniveau (20 000 eenheden). Door middel van een clusteranalyse werden 33 Mosaictypes gedefinieerd, die op hun beurt herleid kunnen worden tot de 8 hoofdgroepen. Deze Mosaictypes zijn zowel beschikbaar op straatsegmentniveau als op buurtniveau.

Mosaic is een zeer krachtige variabele. Zowel in de beschrijving van de consumenten en hun woonomgeving, als in het selecteren / segmenteren van adressen door middel van statistische modellen. Mosaic is krachtig door zijn eenvoud : het vat heel wat data samen in één gegeven.

Samenwerking

WDM Belgium is voor Mosaic een samenwerking aangegaan met Experian Business Strategies. Deze Amerikaanse groep is actief in een 40 tal landen, en nam in 2007 Adhoc Solutions in Louvain-La-Neuve over. Experian BS is qua activiteiten complementair met WDM Belgium.

Experian heeft in een 30-tal landen consumententypologieën ontwikkeld en was de ideale partner om de nieuwste Mosaic typologie te ontwikkelen voor België.

Toepassingen

Mosaic Belgium kan op verschillende manieren verkregen of ingezet worden. WDM Belgium en Experian Business Strategies hebben elk een eigen invalshoek om Mosaic bij u te introduceren en voor u in te schakelen.

Experian Business Strategies biedt tools, data en diensten aan, die bedrijven helpen hun commerciële activiteiten beter te begrijpen en te exploiteren. In de retail, in ruime zin, helpt Experian haar klanten via een micro-marketing benadering de locatie van hun verkooppunten te optimaliseren en de resultaten te maximaliseren.

WDM Belgium is een direct marketing bedrijf, gespecialiseerd in het aanwenden van data voor data quality en data intelligence, data base marketing en data leveringen voor selecties en verrijken van adressen voor on- of offline direct marketing campagnes.