



BANNERS ZIJN DE TOEKOMST?

4




Helemaal niet ingewikkeld...

2010 - DISPLAY ADVERTISING ECO-SYSTEM EUROPE




PUBLISHERS


ADVERTISERS



Targeted banners




3F11 Unconcerned & Harmonious




Key figures
Age of main income provider: 35-49
Marital status: married
Children living at home: children at home
Family income: above average
Living accommodation: owned
Urbanization degree: provincial

3F13 Local & Prominent



Key figures
Age of main income provider: 35-49
Marital status: married
Children living at home: children at home
Family income: above average
Living accommodation: owned
Urbanization degree: provincial

6A27 Stable & Warmhearted



Key figures
Age of main income provider: 50+
Marital status: married
Children living at home: none
Family income: 1.5x average
Living accommodation: owned / rented
Urbanization degree: urban

6

ACXION

Banners targeted by web search behavior

superior to traditional DM
• direct offer based on search event
• customer can respond instantly

Relevante	Relevante	Relevante	Relevante
Verzekeren	Verzekeren	Verzekeren	Verzekeren
Verzekeren	Verzekeren	Verzekeren	Verzekeren
Verzekeren	Verzekeren	Verzekeren	Verzekeren
Verzekeren	Verzekeren	Verzekeren	Verzekeren
Verzekeren	Verzekeren	Verzekeren	Verzekeren

Verzekeren kan je zelf

ACXION

Trust the Source?

Source	Percentage
Search Engine Ads	41%
Brand Websites	70%
Television	61%
Banners	33%
Consumer Opinions Posted Online	70%
Recommendations from People I Know	90%
Emails I signed up for	54%
Editorial Content	70%

Acxiom Confidential

ACXION

SOCIAL MEDIA ZIJN DE TOEKOMST?

8

ACXIOM

Social media gaan marketing niet helpen maar ontmaskeren

10

ACXIOM marketing instruments

no response
response
immediate response

general segmented personal

pull

push

Within the line

ACXIOM

The lines merge and grow in the middle

12

ACXION

alles is al anders

toen:

- een beperkte lijn naar klant
- meestal één kanaal
- meestal één richting (de kanalen zijn indirect, leiden niet direct naar producent of er is geen dialoog mogelijk)

nu:

- meerdere lijnen naar de klant
- alle consumenten gebruiken bijna alle kanalen
- twee richtingsverkeer (kanalen leiden rechtstreeks naar producent en er is een dialoog mogelijk)
- Onderling verkeer tussen consumenten

13

ACXION

Alles is mogelijk

- Toen
 - Price
 - Place
 - Promotion
 - Product
- Nu:
 - Comparing
 - Finding (being found)
 - Contact: (negotiating, consulting or sell)
 - Network: (discussing, recommending, peer grouping)
 - Moment (in for X, waiting for Y, doing Z)
 - Mood (graze, hunt, amuse, learn)
 - Location (home, work, shopping center, shop)
 - Segment

ACXION

Waar staan we met zijn allen

Bedrijven en organisaties moeten zich verstaanbaar maken in een kakofonie van merk/product uitingen en aanbiedingen.

Daarbij wordt gebruik gemaakt van steeds meer kanalen, die direct klantcontact mogelijk moeten maken. Nieuwe kanalen komen, de oude kunnen niet overboord gezet worden.

Alleen bedrijven met genoeg kapitaal kunnen dit overleven?

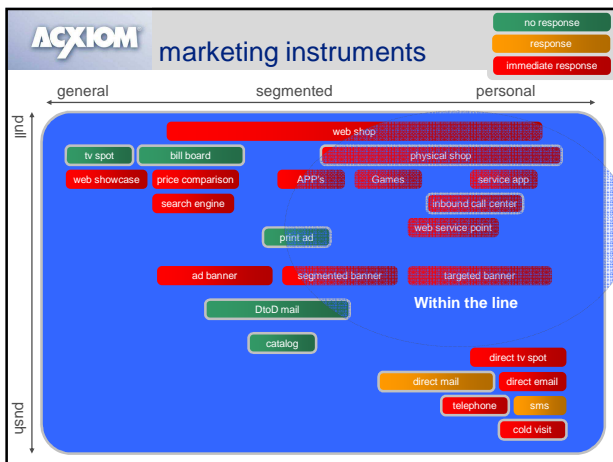
15

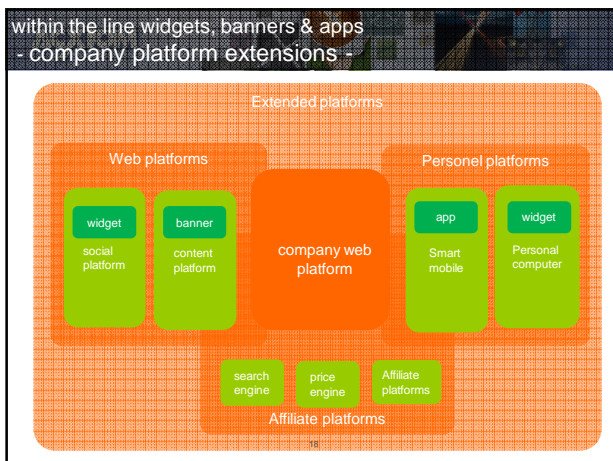
ACXION



WITHIN THE LINE IS DE TOEKOMST?

16



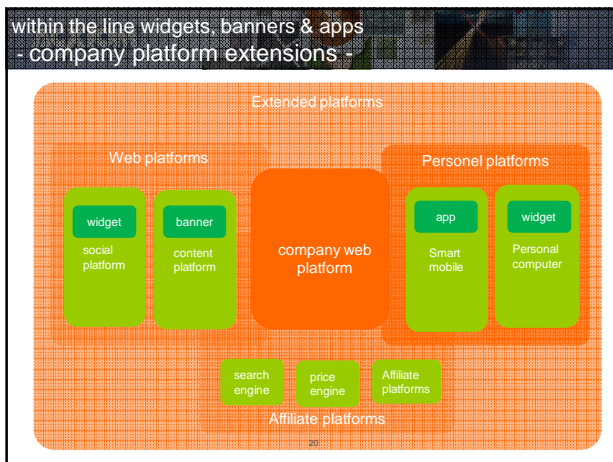


ACXION

Within the line

- Marketing smelt samen met de operatie
- What you see is what you get
- Klantcontact wordt onderdeel branding
- Klantcontact branding wordt geclaimd!

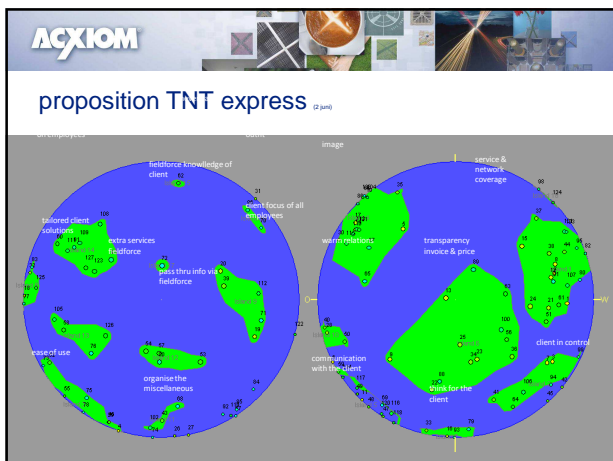
19

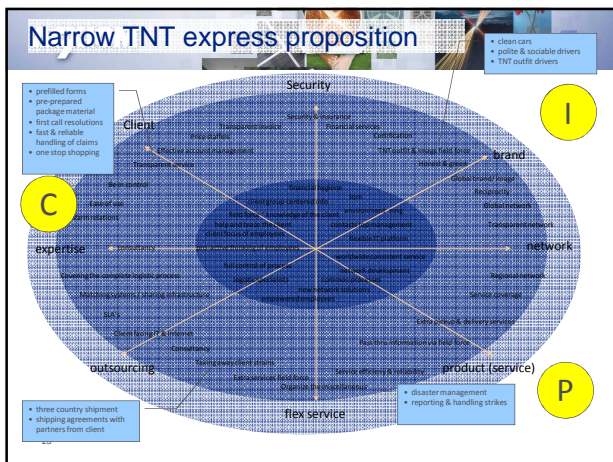


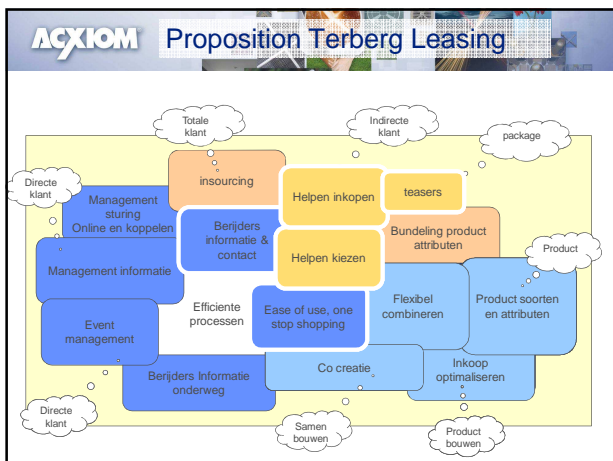
ACXION

DRAAG JE PROPOSITIE UIT IN JE DADEN

21







ACXION

Within the line !! (e.a.)

service narrow local

25

ACXION

Maak kennis met Bob

Bob is shown in various work scenarios: using a scanner, talking on a mobile phone, using a laptop, talking on a landline, holding a document, driving a truck, and working at a service counter.

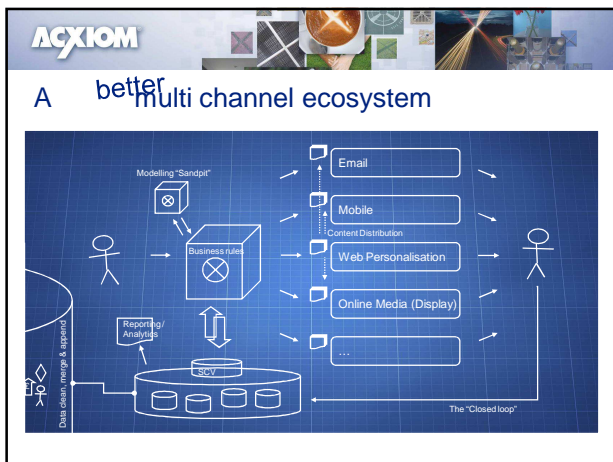
ACXION

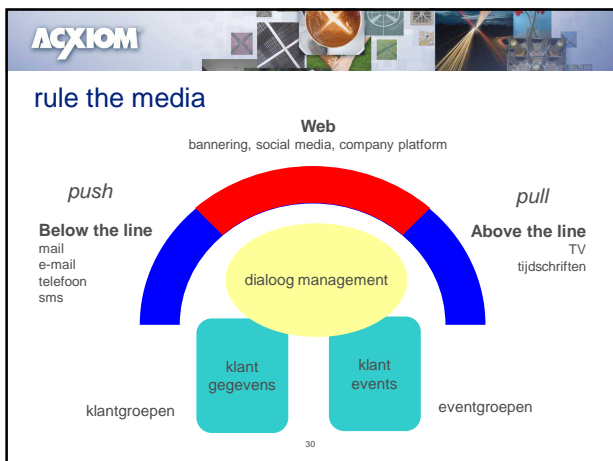
Acxion Bob

KANAAL VOORKEUR

PERSOONLIJKE 1-OP-1 COMMUNICATIE







ACXION

Control the contact: event segmenten

klant events

- klacht
 - notoire klager
 - chaotische klant
 - voorbeeld klant
- zoeken naar produkt
- betalingsachterstand
- buiten profiel gaan
 - net verhuisd
 - nette armen
 - wanbetaler
- buiten profiel gaan

31

ACXION

Adjust the proposition: klantsegmenten

basic structure

Time slots

- > 3 months
- 1 < 3 maanden
- < 1 month

up selling

Variations per clientgroup

	familie reünien	Young families	adults
time slots			
discount			
upselling			
tone of voice			

32

ACXION

It is not easy! within the line: process management

management

- bepalen criteria voor adressen
- bepalen criteria campagne events
- template visueel ontwerpen
- basislijst ontwerpen
- bepalen premiums
- evaluatie campagne

system

- adressen importeren
- adressen ontwerpen aan criteria
- adressen aanpassen
- adressen beschikbaar maken
- events vertalen in kenmerken in de database
- kenmerken vertalen naar live data
- producten visualiseren
- product props maken (prijs etc)
- conten bewaren
- product prop (prijs etc)
- segmentatie aanpassen
- segmenteerd e deel uitzingen
- premiums invoegen
- premiums toevoegen aan workflow
- premiums generiek contenten
- aanpassen campagne
- campagne instellings criteria bepalen
- campagne vertaling
- aanpassen campagne
- campagne instellings criteria bepalen
- vullen met respons per campagne

33

