

PERSBERICHT

Media Markt gaat nieuwe manier van digitale marketing toepassen

Slimme digitale marketing bevindt zich in België nog in de kinderschoenen

Brussel, 27 augustus 2013 - Slimme push marketing is een nieuwe manier om digitale advertenties in te zetten. Door direct en actief in te spelen op inzichten krijgen adverteerders meer grip op resultaat. Media Markt is een van de eerste Belgische bedrijven die deze manier van adverteren gaat inzetten en werkt samen met het bedrijf Pervorm om dit te realiseren.

De huidige aanpak van push marketing is vooral lineair waarbij evaluatie aan het eind van de campagne plaatsvindt. Slimme Push Marketing kenmerkt zich door de adaptieve aanpak. Dit betekent dat continue wordt geëvalueerd en campagneverbeteringen direct worden doorgevoerd. Een inzicht kan bijvoorbeeld zijn dat boodschap B beter werkt dan boodschap A, of dat tussen 09-17 uur de doelgroep niet aanwezig is.

Anh Khoa Nguyen e-Marketing & E-Publishing Manager Media Markt: “Doordat er digitaal een schat van informatie is, kunnen we hier direct op inspelen. Het is nu beter mogelijk om de online display inzet tijdens de campagne te verbeteren. Voor ons draait het steeds meer om het verbeteren van rendement en minder om het enkel aantonen ervan tijdens een eindevaluatie. Doe we dat niet dan verliezen we onnodig geld. Door een specialist in te zetten verwachten wij in België een nieuwe standaard van online adverteren neer te kunnen zetten.”

Pervorm verwacht in België binnenkort meer bedrijven te adviseren over slimme digitale push marketing.

- einde -

Voor vragen, contacteer:

Peculiar - Goedele Soetemans - goedele@peculiar.be - 0494 16 53 78