

Kobalt Kennissessie

Van Krantenman tot Femme Digitale



kennis voor adverteerders



Kobalt Kennissessie

Van Krantenman tot Femme Digitale

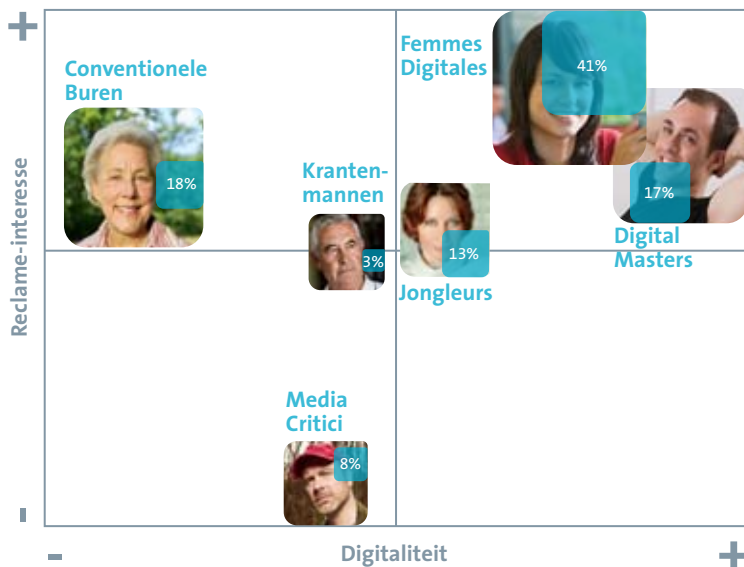
KOBALT KENNISSESSIE: VAN KRANTENMAN TOT FEMME DIGITALE

In deze kennissessie worden u en uw collega's in een uur tijd bijgepraat op het gebied van het mediagebruik van consumenten anno nu. U maakt kennis met zes typen mediaconsumenten, elk met een eigen manier waarop ze media gebruiken en omgaan met reclame. Ook leert u het media- en reclamegedrag van uw eigen doelgroep kennen, zodat u communicatie en media efficiënter en effectiever kunt inzetten.

HOE DIGITAAL IS UW DOELGROEP?

Veel consumenten maken zich de voortdurende ontwikkelingen in digitale media snel eigen; anderen doen het langzamer aan en gebruiken nog voornamelijk traditionele media. Waar zit uw doelgroep in dit spectrum? Hoe gebruiken haar leden de verschillende media? Hoe gaan ze om met nieuwe ontwikkelingen? En, misschien wel de belangrijkste vraag, wat betekent dit allemaal voor de inrichting van uw reclame en mediamix? In Kobalts interactieve kennissessie 'Van Krantenman tot Femme Digitale' krijgt u op al deze vragen antwoord en maakt u kennis met de mediaconsumenten van nu.

Voorbeeld Digidiagnose: Waar zit de doelgroep Booschappers met kind



% = % booschappers binnen het segment.
Vlaktegrootte representeert het aandeel van het segment dat behoort tot de doelgroep Booschappers met kind.

VAN KRANTENMAN TOT FEMME DIGITALE: INZICHT IN HET MEDIAGEDRAG VAN UW DOELGROEP

In de kennissessie laten we aan de hand van drie onderzoeken zien hoe de consumenten van nu met media omgaan en hoe u deze inzichten in uw communicatiestrategie kunt toepassen.

Uitgangspunt van de sessie is Kobalts consumententypologie: een segmentatie-analyse op basis van NOM Doelgroep Monitor-data. Deze data leidde tot een indeling van Nederland in zes typen mediaconsumenten: Krantenmannen, Conventionele Buren, MediaCritici, Jongleurs, Digital Masters en Femmes Digitales. U maakt kennis met de verschillende typen en leert hun mediagedrag kennen en begrijpen.

In een kwalitatief onderzoek gingen we met mensen in gesprek over hun mediagedrag en omgang met reclame voor een diepgaander begrip van hun beleving en motivatie. Met de resultaten laten we u zien welke betekenis online en offline media hebben in het leven van de consument.



kennis voor adverteerders

Tot slot gaf een kwantitatief onderzoek ons inzicht in de recente stand van zaken met betrekking tot het gebruik van digitale media, gekoppeld aan de eerdergenoemde consumententypologie. Wat doen Krantenmannen bijvoorbeeld wel en niet online? Waarin verschillen zij van de Digital Masters? Durven Conventionele Buren al online producten te kopen?

DIGIDIAGNOSE VAN UW EIGEN DOELGROEP

In de kennissessie koppelen we de typologie aan uw doelgroep(en) en laten we via de Digiagnose (zie voorbeeld) en aan de hand van relevante praktijkcases zien waar uw eigen reclame-aanpak mogelijk verbeterd kan worden.

RESULTAAT VOOR ADVERTEERDERS

De kennissessie vergroot uw inzicht in het mediagedrag van uw doelgroep(en). U krijgt praktisch advies ten behoeve van uw mediastrategie en vergroot de aansluiting met uw (potentiële) afnemers. U verkrijgt nieuwe inzichten waarmee u het rendement van communicatie-investeringen kunt vergroten.

VOORDELEN VOOR ADVERTEERDERS

- Inzicht in de ontwikkeling van het mediagedrag van consumenten
- Inzicht in (de mate van) het gebruik van digitale media door uw doelgroep(en)
- Betere aansluiting van uw campagne-aanpak op de behoeftes en voorkeuren van de consumenten van nu
- Meer rendement uit uw campagnes

OOK VOOR ADVERTEERDERS

Deze Kobalt Kennissessie is één van onze producten gericht op innovatie en leren.

Andere producten in dat kader zijn:

- Kobalt Consumer Deep Dive
- BlueLab
- Kobalt Idee Café
- Kobalt Media Key Beliefs
- Kobalt op locatie

REFERENTIES VOOR ADVERTEERDERS

Op de Kobalt Media Experience maakte al een aantal adverteerders kennis met onze typologie:

“Erg leerzaam en doet je beseffen hoe digitaal je doelgroep eigenlijk is.”

“Ik was aangenaam verrast en heb een goed beeld gekregen van de verschillen tussen mensen in mediagedrag.”

“Leuk en interessant, wil ik graag meer van weten.”

“Het zet je aan het denken. Ik kijk vanuit mijn eigen doelgroep en de markt en dan is dit een hele goede aanzet om na te denken over de aansluiting met media.”

VERDER MET DOELGROEPONDERZOEK

Effectieve communicatie valt of staat met het bieden van relevante informatie via relevante kanalen. Inzicht krijgen in de behoeften en motivaties van consumenten en doelgroepen voor het vinden van aanknopingspunten voor communicatie is daarom cruciaal. Ook hiervoor kunt u terecht bij het Media Kennis Centrum (MKC) van Kobalt. Ons instrumentarium reikt van kwantitatieve segmentatie-analyses op basis van bestaande of nieuwe databronnen tot kwalitatief onderzoek in de vorm van de Consumer Deep Dive. De onderzoekers van het MKC werken nauw samen met uw mediaadviseurs om de resultaten direct te vertalen in een advies op maat.



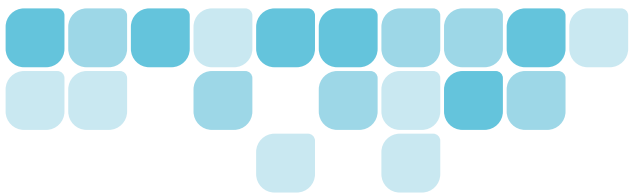
Vakmensen voor adverteerders

Wilt u meer informatie?
Neem dan contact op met:

Karin Schut

karin.schut@Kobalt.nl
020 799 87 03

www.kobalt.nl



Van Heuven Goedhartlaan 937
1181 LD Amstelveen

Postbus 905
1180 AX Amstelveen

T +31 20 799 89 98
F +31 20 799 89 99

info@kobalt.nl
www.kobalt.nl