

Kobalt Media Key Beliefs

Resultaten uit het verleden bieden vertrouwen voor de toekomst

Kobalt Media Key Beliefs

Resultaten uit het verleden bieden vertrouwen voor de toekomst



MEDIA KEY BELIEFS: RESULTATEN UIT HET VERLEDEN BIEDEN VERTROUWEN VOOR DE TOEKOMST

De Media Key Beliefs van Kobalt zorgen dat uw marketing vaker doel treft. Kobalt helpt u om kennis en ervaringen, opgedaan bij vorige campagnes, gestructureerd toe te passen. Zo bespaart u tijd én u voorkomt dat uw mediabestedingen hun doel voorbij schieten. Per mediumtype en mediumtypecombinatie kent u precies de do's en don'ts voor uw merk en doelstellingen. U verdient uw investering in onderzoek ruimschoots terug. Immers, wie weet wat werkt voor zijn merk, kan media inzetten zodat dit resultaat oplevert.



VINDT U NOG STEEDS OPNIEUW HET WIEL UIT?

U bent gewend om grote campagnes te introduceren en uit te voeren. Deze campagnes slokken een groot deel van uw marketing-budget op. Evalueert u na elke campagne de effecten? Vraagt u zich af of u uw doelstellingen op een effectieve manier hebt behaald? Welke lessen trekt u uit al uw vorige campagnes? Zijn er trends te ontdekken, zijn er mediastrategieën die extra effect opleveren of juist niet? En hoe weet u wat uw collega's precies hebben gedaan? Hoe zorgt u ervoor dat ook anderen in uw organisatie weten wat wel en wat niet werkt? En hoe verankert u deze kennis bij nieuwe medewerkers? Of gaan zij weer opnieuw het wiel uitvinden?

MEDIA KEY BELIEFS: DO'S AND DON'TS OP HET SCHERPST VAN DE SNEDE

Voor professionele marketeers en media-managers die willen leren van het verleden heeft Kobalt de Media Key Beliefs ontwikkeld. Media Key Beliefs zijn 'research-based' richtlijnen voor media-inzet in de toekomst, gebaseerd op ervaringen uit het verleden. Een gedegen analyse van campagnes en 'lessons learned' vormt de basis voor onze Media Key Beliefs. Wij onderzoeken uw eigen campagnes en leggen vast welke aspecten wel of niet goed werkten, welke aannames zijn gemaakt en welke mediacombinatie succesvol was. De Media Key Beliefs geven u vooraf meer sturing over de rol van mediumtypen. U vergroot hiermee uw effectiviteit binnen de organisatie en u versterkt uw grip als het gaat om de 'accountability' van de marketing- en mediastrategie.

U krijgt de Kobalt Media Key Beliefs voor uw organisatie in een handzaam formaat. De specifieke uitvoering hangt af van uw wensen. De Media Key Beliefs kunnen bijvoorbeeld de volgende onderdelen bevatten:

- Best Practices; welke campagnes van u (of uw concurrenten) hebben de afgelopen 2 tot 3 jaar het meest effect gehad en waarom?
- Bloopers; welke campagnes van u (of uw concurrenten) bleven de afgelopen 2 tot 3 jaar campagnes zonder resultaat?
- Big Beliefs; welke grondregels leidden in het verleden tot algemeen effectieve campagnes?
- Best Buy; hoe kunnen deze grondregels ook in de toekomst worden ingezet voor maximale effectiviteit?

Media Key Beliefs zijn een uitstekend middel om uw kennis vast te leggen en te delen met nieuwe medewerkers en samenwerkende partners. Ze vormen een gezamenlijk vastgesteld vertrekpunt voor nieuwe campagnes en bieden heldere do's en don'ts, waardoor u



kennis voor adverteerders

effectief kunt werken aan uw nieuwe campagne. U bepaalt zelf hoe vaak u uw beliefs geactualiseerd wilt hebben. Met Media Key Beliefs voorkomt u ineffektieve inzet van media in de toekomst.

VOORDELEN VOOR ADVERTEERDERS

- Duidelijke do's en don't's op een rijtje
- Eenduidige standaard voor documentatie van campagnes en resultaten
- Praktische richtlijnen voor toekomstige campagnes
- Iedereen in uw organisatie profiteert van deze kennis
- Efficiënter werken aan nieuwe campagnes, met meer resultaat

REFERENTIES VOOR ADVERTEERDERS

"Ik word zelfs als deskundige toch vaak weer verrast."

"In de continu veranderende wereld van media bieden de Media Key Beliefs een houvast."

OOK VOOR ADVERTEERDERS

Kobalt Media Key Beliefs is één van onze producten gericht op innovatie & leren. Andere producten in dat kader zijn:

- Kobalt Idee Café
- Kobalt Consumer Deep Dive
- Kobalt op locatie
- Bluelab

MEDIA CASE VOOR ADVERTEERDERS

Een adverteerder uit de FMCG-branche vroeg ons advies hoe kennis over media te borgen binnen de eigen organisatie.

Doelstelling voor adverteerder

Door verloop op de marketingafdeling hadden beginnende marketeers vaak dezelfde vragen

en discussies met het mediabureau. Kennis over campagnes uit het verleden (wat werkt wel, wat niet en waarom?) lekte telkens weg. Doelstelling was: zorgen dat kennis gedeeld en behouden bleef.

Aanpak voor adverteerder

Om het kennisniveau van de marketingafdeling naar een hoger niveau te tillen zijn alle feiten (do's en don'ts) over marketing en media op papier gezet. Dit gebeurde op de volgende niveaus: merkportfolio, merk, merkevenement, media. Deze combinatie van generieke feiten en specifieke ervaringen, de Media Key Beliefs, zijn bij deze adverteerder geïntroduceerd in een interactieve sessie met behulp van een multiple choice quiz. Om de learnings toegankelijk te maken werden ze in een praktische waaier gedrukt.

Resultaat voor adverteerder

Elke marketeer heeft nu de verworven kennis binnen handbereik. Bovendien heeft de klant ook bespaard op de media-inzet. Een van de specifieke bevindingen voor deze klant was namelijk dat een TV-commercial van langer dan 30 seconden niet kosteneffectief is: het media-effect weegt niet op tegen de extra kosten van een langere spot. Met dit gegeven kon de klant veel geld besparen, omdat (ook beginnende) marketeers hun reclamebureau heel specifiek konden brieven op een TV-commercial van maximaal 30 seconden.



Vakmensen voor adverteerders

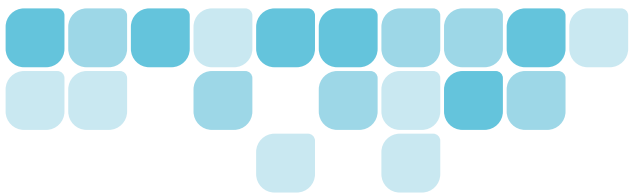
Wilt u meer informatie?
Neem dan contact op met:

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