

ROI Simulator

Voorspel uw marketingeffect!

ROI Simulator

Voorspel uw marketingeffect!



ROI SIMULATOR: VOORSPEL UW MARKETINGEFFECT!

De ROI Simulator is een praktische tool waarmee u vooraf kunt zien hoeveel verkopen uw marketingcommunicatie-investeringen op zullen leveren. Anders gezegd: met de ROI Simulator krijgt u vooraf inzicht in de consequenties van uw marketingkeuzes. U kunt de ROI Simulator zien als uw eigen TomTom voor de marketingmix.

HOE BEÏNVLOEDT U DE VERKOOPRESULTATEN?

Wat dragen uw marketingbestedingen bij aan uw verkoopresultaat? Stel u zet alles in op promoties. Wat zou op korte en langere termijn gebeuren met uw merkpositie? Of alles op media? Wat is eigenlijk de invloed van 'free publicity' of op 'ongrijpbare' factoren als het weer of Sonja Bakker? Hoe beïnvloedt creatie of de mediumtypekeuze het effect van uw campagnes? En als u het al zou weten, hoe kunt u hier rekening mee houden voor de toekomst?



KOBALT ROI SIMULATOR: 15% MEER RENDEMENT LIGT BINNEN HANDBEREIK

Een intelligente analyse met behulp van econometrische modellering of marketingmix-modellering brengt de factoren in kaart die uw verkoopresultaten beïnvloeden. Echter, als adverteerder heeft u geen behoefte aan ingewikkelde onderzoeksresentaties, waarna het u duizelt van de informatie. Daarbij wordt

het er vaak ook niet gemakkelijker op om te bepalen hoeveel budget u nodig hebt voor uw doelstellingen en hoe u dat geld vervolgens optimaal kunt verdelen over uw marketing-instrumenten.

Met de ROI Simulator houden we het simpel. U krijgt inzicht in de invloed van de factoren die uw verkoopresultaat en uw merkpositie bepalen. Deze kennis is direct toepasbaar in uw marketingstrategie.

Waar mogelijk wordt de invloed van deze factoren uitgedrukt in daadwerkelijke Return on Investment: hoeveel levert elke geïnvesteerde euro op? En dat van elk marketinginstrument, waaronder prijs, distributie, promotie en media-inzet per mediumtype. Ook geeft de ROI Simulator inzicht in de gevolgen als u meer of minder budget reserveert of het budget wellicht anders wilt verdelen over uw marketinginstrumenten. U leert bovendien waar het optimale bestedingsniveau per kanaal ligt of waar de rek eruit is. De ROI Simulator combineert deze inzichten tot een handig en eenvoudig te bedienen instrument dat u kan laten zien wat de gevolgen zijn van uw keuzes in de toekomst. U kunt hiermee verschillende scenario's doorlopen of laten doorrekenen en aantonen hoeveel budget nodig is om doelstellingen te realiseren.

Met de ROI simulator bedient u zelf de variabelen. Dankzij de voorspellende kracht ziet u meteen het effect van uw keuzes.

VOORDELEN VOOR ADVERTEERDERS

- U doet op een geïnformeerde manier aan riskmanagement
- U neemt beslissingen gebaseerd op feitelijke ervaringen
- U krijgt een goede prognose van de effectiviteit
- U kunt met de uitkomst bewust inzetten op betere verkopen



resultaat voor adverteerders

REFERENTIES VOOR ADVERTEERDERS

“Met de ROI simulator zit ik pas echt aan het stuur.”

“Met de ROI Simulator worden learnings uit analyses direct toepasbaar.”

“Hiermee kan ik vooraf aantonen wat mijn investeringen gaan opleveren.”

OOK VOOR ADVERTEERDERS

De ROI Simulator is één van onze producten gericht op financieel resultaat. Andere producten in dat kader zijn:

- Kobalt Media Health Check
- Kobalt Campagne Monitor
- Kobalt Media Buying Guidelines

PRAKTIJKCASE VOOR ADVERTEERDERS

Een adverteerder uit de categorie FMCG vroeg zich af wat de beste verhouding was tussen promotie- en mediabudgetten met het oog op de verkoopresultaten op korte en langere termijn.

Doelstelling voor adverteerder

Inzicht in de Return on Investment vanuit media en promoties op sales en merkpositie op langere termijn.

Aanpak voor adverteerder

Voor deze adverteerder is een ROI Simulator opgezet. De basis werd gevormd door een traject van marketingmixmodellering waarbij zowel salesdata als data uit tracking-onderzoek, aangeleverd door de adverteerder zelf, zijn geanalyseerd.

Resultaat voor adverteerder

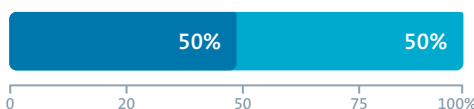
Deze adverteerder heeft vooraf inzicht gekregen in wat bepaalde investeringen in media en promotie zouden gaan opleveren. Middels de ROI Simulator heeft hij een zelf bedienbaar dashboard gekregen waarmee,

al dan niet samen met Kobalt, uitkomsten van verschillende scenario's te bekijken en te vergelijken waren.

Hieronder volgt een voorbeeld:

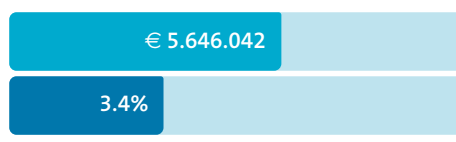
Het marketingcommunicatiebudget was in totaal € 5 mln. De ROI Simulator gaf aan dat de verdeling 50/50 media vs. promoties naar verwachting circa € 5,6 miljoen extra omzet zou opleveren en een groei in spontane merkbekendheid van 3,4% (zie figuur 1.1). Een verdeling 60/40 media vs. promoties zou daarentegen naar verwachting circa € 4,8 miljoen extra omzet opleveren en een groei in spontane merkbekendheid van 4,4% (zie figuur 1.2).

Percentage media t.o.v. promoties (figuur 1.1)



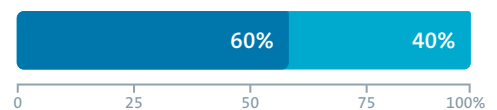
- Aandeel media
- Aandeel promoties

Effect voorspelling



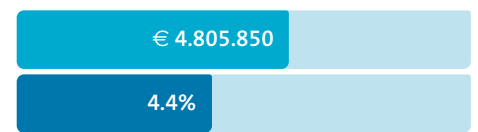
- Extra verkoop totaal per jaar
- Extra merkbekendheid gemiddeld per jaar

Percentage media t.o.v. promoties (figuur 1.2)



- Aandeel media
- Aandeel promoties

Effect voorspelling



- Extra verkoop totaal per jaar
- Extra merkbekendheid gemiddeld per jaar



Vakmensen voor adverteerders

Wilt u meer informatie?

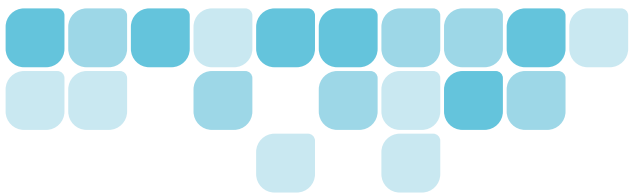
Neem dan contact op met:

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