

NIEUW BIJ STER: MEDIA INZET AFREKENEN NAAR BEHAALDE COMMUNICATIEDOELSTELLING

Adverteerders willen het liefst vooraf weten wat hun media performance oplevert. Ster voorziet nu in die behoefte door op basis van onderzoek te voorspellen hoe adverteerders bepaalde doelstellingen kunnen behalen en hen daar op af te rekenen. Hoe? Dat leggen Roel van Santen (manager sales development) en Hanka de Bruin (research consultant) uit.

ENE GRP IS DE ANDERE NIET

Ster beschikt over een schat aan data, waarmee ze klanten verder willen helpen. 'We zien dat klanten steeds meer behoefte hebben aan zekerheid', zegt Roel van Santen. 'Vroeger hadden adverteerders geen enkele houvast als het ging over de media performance. Een jaar of tien geleden werd het GRP-inkoopstelsel geïntroduceerd, wat al een flinke stap was. De ene GRP is de andere echter niet. De ene GRP is bijvoorbeeld effectiever dan de andere. Dit gegeven is niet terug te vinden in bereikersdoelstellingen, maar wel in het meten van communicatiedoelstellingen.

MEEDENKEN MET ADVERTEERDER

Er is steeds meer behoefte aan bewijs en beloften. Adverteerders willen niet 'zomaar' meer media inzetten. Ster wil laten zien dat zij een partij zijn die meedenkt met de adverteerder en die adviseert hoe bepaalde doelstellingen te bereiken. Waar het afrekenen op het behalen van doelstellingen

een stap te ver zijn, kan Ster in tegenstelling tot haar concurrenten wel adviseren op communicatiedoelstellingen. 'We doen al jaren tracking-onderzoek', vertelt Hanka de Bruin. 'We hebben zo'n 150 cases gevolgd, waaruit allerlei learnings zijn voortgekomen. Met behulp van deze learnings kunnen we nog beter meedenken om doelen van de klant te behalen en hier gezamenlijk naartoe te werken. Wat we al wisten was dat conversie niet alleen van media-inzet afhankelijk is, maar dat die media-inzet de merkbekendheid wél vooruit kan helpen. Wij gaan nu een stap verder door te voorspellen hoe en hoeveel de merkbekendheid kan stijgen door in te zetten bij Ster.' Voor een eerste pilot reageerden klanten meteen enthousiast.

'Door ons onderzoek nemen we onzekerheid weg bij klanten. Ze weten wat ze ervoor terug krijgen en we kunnen vooraf garanderen hoeveel het oplevert in termen van groei op communicatiedoelstelling.'

VOORSPELLINGSMODELLEN

Van Santen: 'Idealiter zouden ze een revenue share aangaan, maar er zijn zoveel variabelen van invloed op het behalen van marketingdoelstellingen, dat dat nog een stap te ver is. Wat we wel kunnen beïnvloeden, is de merkbekendheid, imagoverbetering en koopintentie.' Hoe Ster dat precies doet? 'Door een groot aantal verschillende factoren mee te laten wegen', zegt De Bruin. 'We weten wat adverteerders inzetten aan GRP's. Daarnaast meten we met ons onderzoeksinstrument AdMeasure de kracht van creatie en testen we verschillende rtv-combinaties. Hieruit zijn voorspellingsmodellen ontstaan en kunnen we meten hoeveel procent een merk in bekendheid zal stijgen wanneer de adverteerder bepaalde keuzes maakt.'

SAMEN EXPERIMENTEREN

Ster is niet bang om te experimenteren om klanten verder te helpen in nauwe samenwerking met adverteerder en mediabureau. Ze voorspelt de merkbekendheid op basis van onder andere GRP-druk, share of voice, de inzet van radio, creatie en tag-ons. Gaandeweg een campagne vordert kunnen deze verschillende factoren worden

"Ster heeft goed begrepen dat het behalen van doelstellingen een gezamenlijk effort zou moeten zijn in de driehoek adverteerder, mediabureau, exploitant."

Marieke Hammann,
Communications Director, MediaCom



TIM. OFFICEMANAGER

Tim always remains calm. Throw five balls at him and he catches them all. The ideal office manager if you ask us. We know exactly what Tim, and 1 million other talents, are able to do. And we know that they are able, because they show their availability in real time via the YoungCapital App. If necessary, they can start the same day. That is how employment can be done as well.

YOUNGCAPITAL. THE NEW GENERATION AT WORK

YOUNGCAPITAL.NL

TABLET CADEAU? HEBBEN WE NIET. SCHERPSTE TARIEF? HEBBEN WE WEL.

Kies met 2 jaar vast nu voor het scherpste tarief en bespaar tot € 18,-

Bereken je energiekosten

Direct klant worden. Kies het pakket dat bij je past.

Bereken je energiekosten

Anderen over energiedirect.nl

Hoeveel personen wonen er in je huis?

Klantadviseur energiedirect.nl beste van Nederland

bijgesteld. Van Santen: 'In samenwerking met onze klanten kunnen we dit constant bekijken, finetunen en bijsturen.' Een van de eerste klanten die meededen waren Energiedirect.nl en Young Capital. Voor dergelijke adverteerders was dit een sprong in het diepe, maar ze waren direct enthousiast, vertelt De Bruin. 'Het was meteen duidelijk. Wat zien we na een week inzet? Op welke zenders kunnen we het best adverteren?' Van Santen vult aan: 'Zo'n adverteerder had ook gewoon gefixeerd kunnen inkopen, maar ook hier zijn we aan het innoveren.'

CONTINUE CONTACT

Anders dan vroeger zit Ster nu aan tafel bij adverteerders en mediabureaus. In het verleden werd in principe alleen onderhandeld over de GRP-prijs, maar nu is er continu contact tijdens een campagne. De Bruin: 'Die samenwerking zorgt voor veel overleg. Adverteerders bouwen een vertrouwensband op met Ster.' Van Santen: 'Ze geven daarbij veel meer dan vroeger openheid van zaken over hun marketingplannen. We laten zien hoe verrijnd we te werk gaan en hoe ze hun campagne kunnen optimaliseren.' De Bruin: 'We behandelen elke case apart en kunnen per campagne aangeven waar het beter kan. Als iets niet helemaal werkt, kan de klant daar direct op inspelen.'

Ten opzichte van de concurrenten heeft Ster een flinke voorsprong, zegt De Bruin. 'Al in 2006 zijn we begonnen met tracking en andere vormen van onderzoek. Die jarenlange ervaring zetten we nu in om dergelijke voorspellingen te kunnen doen.' In de toekomst wil Ster het voorspelmodel verder uitbouwen door nieuwe tools te ontwikkelen en deze als service aan te bieden aan adverteerders. Dit alles om de merkbekendheid, het imago en de koopintentie te optimaliseren en samen met de klant het beste uit het merk te halen.

"Mede dankzij de intensieve samenwerking met Ster heeft YoungCapital een flinke groei in naamsbekendheid doorgemaakt. De bij de start van de campagne door de Ster uitgevoerde O-meting, de periodieke naamsbekendheid-metingen en het bijbehorende advies heeft ons waardevolle inzichten opgeleverd. Deze hebben wij gebruikt om keuzes ten aanzien van het verloop van de campagne te maken."

Suzanne van der Cammen,
Head of Marketing
& Communications, YoungCapital

"Door als één team én volledig transparant te werken voelt iedereen zich verantwoordelijk voor het behalen van de gestelde bekendheidsdoelstellingen."

Mike Kok, Brand Manager
Energiedirect.nl