

Data Driven Marketing Onderzoek 2017

KEY FACTS

DDMA Onderzoek



78%

Verwacht dat binnen drie jaar businessmodellen voornamelijk worden ontwikkeld op basis van data

verwachte investeringsdalers en -stijgers 2018 t.o.v. 2017

DALERS



1. Folders
2. Telemarketing
3. Direct-mail
4. Werving op straat en aan de deur

STIJGERS



1. Mobile
2. Social
3. Website
4. E-mail

43%

gebruikt een Data Management Platform



46%

verwacht stijging investering in kanaal chatbot



TOP 3

MARKETINGDOELEN VAN DATA INZET

1. Conversie-optimalisatie (2016: 3)
2. Doelgroepsegmentatie (2016: 1)
3. Vergroten klantkennis (2016: 2)

OPBRENGSTEN VAN INVESTERINGEN

1. Klanttevredenheid (2016: 1)
2. Omzetgroei (2016: 2)
3. Kostenbesparing (2016: 4)

ORGANISATIEBESLISSINGEN: FEITEN of ONDERBUIK?



● FEITEN 46% ● ONDERBUIK 46% ● Weet ik niet 9%

"Marketeers zonder data-affiniteit zullen de komende jaren verdwijnen op de marketingafdeling"

71% EENS in 2017

69% EENS in 2016

TRENDING TOPICS



machine learning



artificial intelligence



predictive analysis



personalisatie



360° klantbeeld

TOP 5 UITDAGINGEN

1. Datakwaliteit (2016: 1)
2. Betere samenwerking tussen afdelingen (2016: 3)
3. Techniek, systemen en tooling (2016: 2)
4. Privacy en ethiek (2016: 6)
5. Klant bedienen over verschillende kanalen (2016: 4)

22%

VERWACHT DAT MACHINE LEARNING BINNEN DRIE JAAR ALLE ANALYSETECHNIEKEN VERVANGT

30%

MAAKT GEBRUIK VAN PREDICTIVE ANALYSIS

29%

HEEFT KLANTDATA IN 1 CENTRALE BASE (t.o.v. 21% IN 2016)

DDMA is namens 300 leden de vereniging voor marketing en data. Ons doel is de data driven marketing sector op een hoger plan te tillen onder het motto 'Data, maak er iets moois van'. Dat doen we op basis van drie peilers: Wat kan, wat mag en wat moet je willen. Meer weten? Ga naar www.ddma.nl

Download hier het volledige onderzoek: www.ddma.nl/datadrivenmarketingonderzoek2017
Uitgevoerd door de DDMA commissie Klantdata & Dialoog in Q3 2017. N = 163