

Best of DDMA Research & Insights 2024

De DDMA onderzoeken en benchmarks 2024 tonen een marketingsector die steeds professioneler en effectiever wordt in het inzetten van kanalen, data en technologie. Tegelijkertijd blijven organisaties voor fundamentele uitdagingen staan op het gebied van datakwaliteit (en daarmee ook de toepassing van AI) en veranderend consumentengedrag.

Data-Driven Marketing Onderzoek (DDMO) 2024

Ondanks de onverminderde aandacht op datatoepassing wordt datagedreven werken nog steeds belemmerd door uitdagingen rondom databeschikbaarheid en datakwaliteit:

- ◆ Bij 33% van de organisaties zijn data en inzichten nog altijd beperkt beschikbaar.
- ◆ 24% noemt datakwaliteit als een van de grootste obstakels.
- ◆ AI wordt in marketing vooral ingezet voor laagdrempelige toepassingen zoals contentcreatie en digitale marketing.
- ◆ Bij complexere AI-toepassingen blijkt datakwaliteit een grote belemmering. Veel organisaties verkennen de mogelijkheden van AI nog stapsgewijs.
- ◆ Door de krappe arbeidsmarkt en snelle technologische ontwikkelingen worden soft skills, waaronder communicatievaardigheden en teamwork, relevanter gevonden dan hard skills.

Take away:

Een goede balans tussen mens, proces en technologie, met voldoende tijd en prioriteit (zoals budget), is cruciaal voor succesvol datagedreven werken.

GDMA International Email Benchmark 2024

De benchmarkcijfers wijzen op een grotere focus van marketeers op de kwaliteit van mailinglijsten, naleving van wet- en regelgeving (zoals de AVG), en kwalitatieve content, met:

- ◆ Hogere open- en click-through ratios
- ◆ Stijging van de acceptance ratio voor het derde jaar op rij (van 98,24% naar 99,22%)
- ◆ Daling van de hard bounce ratio (van 0,92% naar 0,44%)

Nieuwe statistieken benadrukken ook de toegenomen professionaliteit in de sector:

- ◆ Unsubscribe ratio: 0,14%
- ◆ Spam complaint ratio: 0,01%

Take away:

Datakwaliteit en regelgeving zijn cruciaal voor hogere engagement en klanttevredenheid in e-mailmarketing.

DDMA Telemarketing Benchmark 2024

De benchmark toont aan dat telemarketing een onverminderd effectief marketingkanaal is, en dat binnen het kanaal het belang van datakwaliteit, transparantie en juist gebruik van data toeneemt:

- ◆ 49% van de consumenten worden via outbound campagnes bereikt.
- ◆ Hiervan gaat 16% in op een aanbod.
- ◆ Slechts 0,04% dient een klacht in, wat wijst op de effectiviteit van gerichte gesprekken.
- ◆ Het aantal consumenten dat het Recht van Bezwaar (RVB) indient is verdubbeld naar 8%. Wat duidt op een betere bewustwording van hun rechten.

Take away:

Effectieve telemarketing is afhankelijk van hoogwaardige data, het voeren van het juiste gesprek en respect voor consumentenrechten om betrokkenheid en vertrouwen te behouden.

DDMA Social Advertising Benchmark 2024

Highlights:

- ◆ Meer focus op awareness- en video-doelstellingen in paid social campagnes
- ◆ 'Summer of Sports' duidelijk zichtbaar op alle social advertisingplatformen
- ◆ Verlies van Meta (van 78,0% naar 67,0% marktaandeel)
- ◆ Groei van TikTok (van 7,7% naar 16,7% marktaandeel)
- ◆ LinkedIn en Pinterest laten verbeterde prestaties zien
- ◆ Reddit wint terrein als nieuw advertentieplatform

DDMA Fieldmarketing Monitor 2024

Het percentage Nederlanders dat openstaat voor fieldmarketing voor commerciële organisaties is gelijk t.o.v. 2 jaar geleden, maar is significant gegroeid voor goede doelen (van 52% naar 58%).

Focus op consumenten die openstaan voor fieldmarketing blijft essentieel. **Dit:**

- ◆ Creëert een positiever sentiment
- ◆ Levert een hogere conversie op

Aandachtspunt: Consumenten ervaren toename in frequentie van fieldmarketing, terwijl de daadwerkelijke frequentie niet is toegenomen. Vooral bij goede doelen en energieleveranciers.

Take away:

Advies aan fieldmarketingsector om te zorgen voor een herkenbare boodschap, een juiste contactdrukstrategie en het monitoren van de kwaliteit van het wervingsproces.

Partners DDMA NEXT



What's (DDMA) Next?

Februari 2025: de **DDMA Privacy Monitor 2025**, over hoe consumenten denken over het delen van hun data en online privacy. Hóe willen consumenten geïnformeerd worden over het gebruik van hun data en AI door organisaties. Daarnaast volgen er in 2025 nieuwe edities van onder andere het **DDMO**, de **GDMA International Email Benchmark**, de **DDMA Barometer** en de **DDMA Social Advertising Benchmark**.

Blijf op de hoogte van de laatste trends, nieuws en DDMA events. Abonneer je op de nieuwsbrief

