



WELKOM

DDMA EMAIL SUMMIT 2019 – Always On
Arne Turpijn, E-Commerce Specialist



2

27 bioscopen in Nederland
600 filmreleases per jaar
3 Dolby Cinema, 7 4DX,
6 IMAX



1

Opgericht in 1896 door
gebroeders Pathé



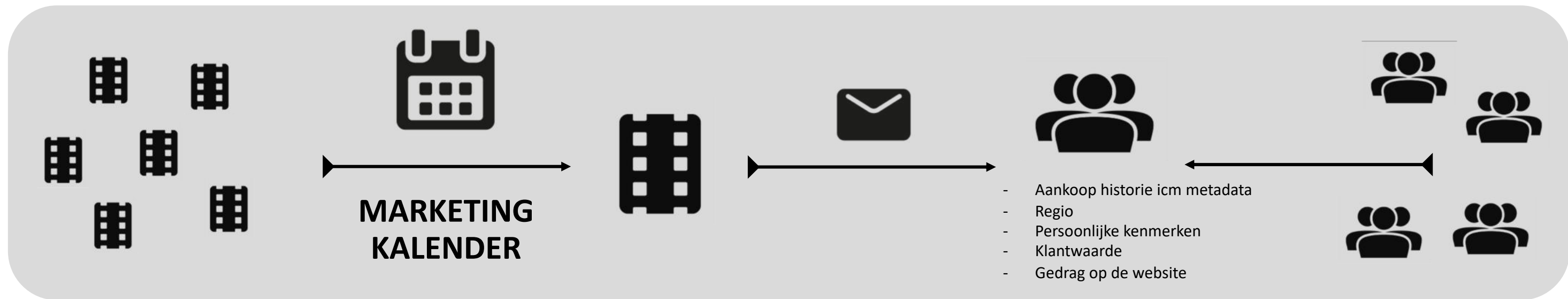
3

2015: E-Commerce/CRM
afdeling
50% ticketverkoop via digitale kanalen
70% inclusief subscriptions
2 miljoen mailbare contacten
30 miljoen transacties sinds 2012





**PERFECTE
MATCH
FILM EN
BEZOEKER**



- 600 filmreleases per jaar
- Filmaanbod verschilt per locatie
- Promotie van film is cherry picking
- Sommige filmliefhebbers werden nooit gematcht. Onbenut potentieel.
- Alleen start en/of einde ticketverkoop benut als contactmoment
- Campagne management veelal handmatig proces

UITDAGINGEN BIJ PATHÉ?

**MAKEN WE KLEINE FILMS GROTER,
OF GROTE FILMS NOG GROTER?**

ALLEBEI.



AMBITIE ALWAYS ON

Brengt focus met behoud van resultaat

- Schaalbaar
- Snel
- Connected
- Automated

**PERFECTE
MATCH TUSSEN
FILM EN
BEZOEKER**



SEGMENT
POTENTIELE
BEZOEKERS

BEELDMATERIAAL
PROGRAMMERINGS
DATA



FILMS

METADATA



MATCH
MAKER



IMAX



MARKETING
KALENDER



Matchmaker checks

- Dagelijkse input nieuw tekst- beeldmateriaal
- Dagelijkse regiocheck voor beschikbaarheid per locatie
- Aankoophistorie per klant voor vergelijkbare films
- Webgedrag per klant (site bezoek, trailers, watchlist etc.)
- Prioriteit film op basis van aantal te verkopen stoelen
- Mailpressure per klant

42



Bekijk hier de webversie >



N



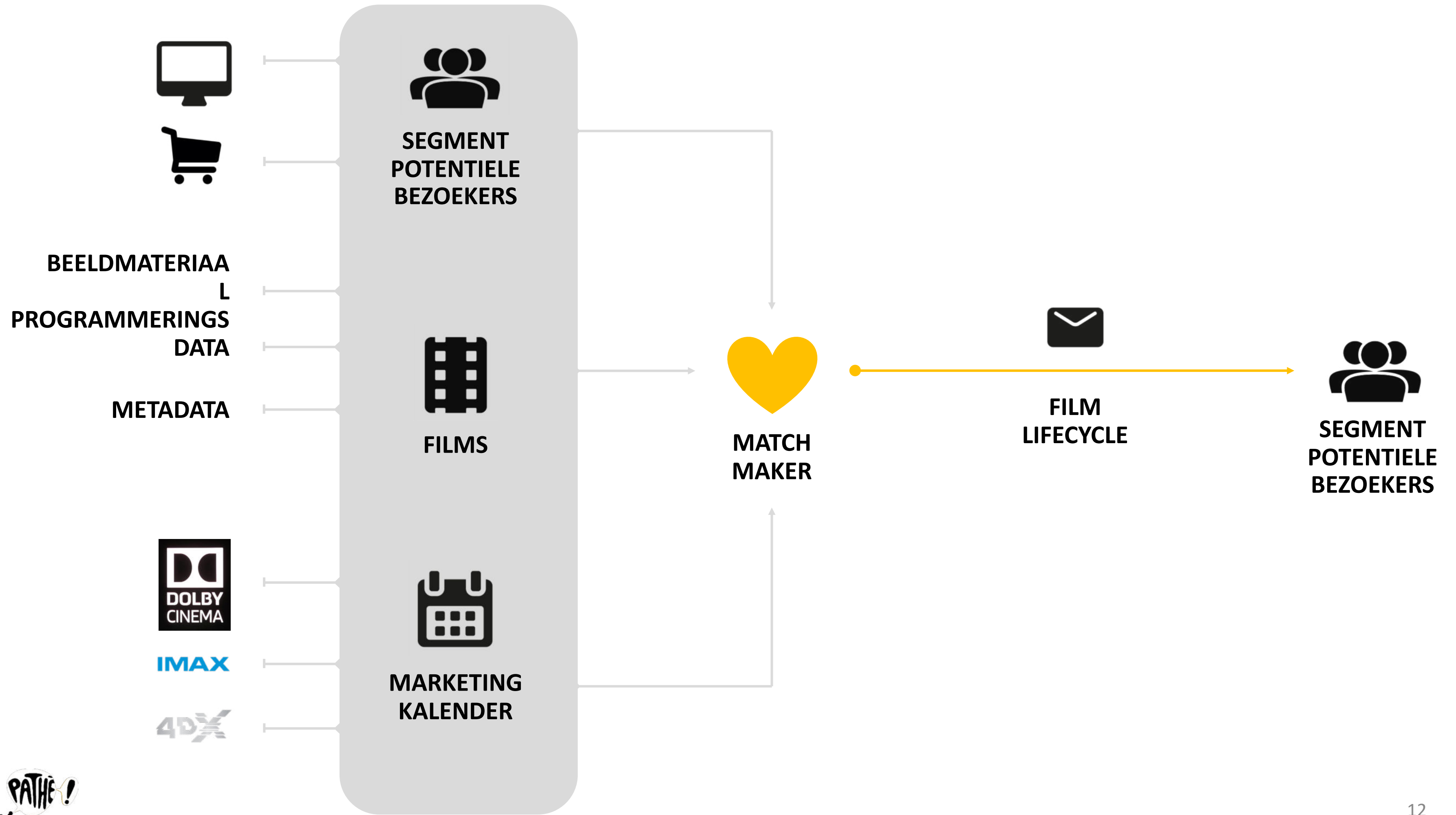
FILMTIP VOOR JOU: PATHÉ BALLETT: THE NUTCRACKER

Als de klok op kerstavond twaalf slaat, komt de houten notenkrakerpop van Marie tot leven en verandert in een prins. Samen met haar andere speelgoed, dat ook tot leven is gekomen, beleven Marie en haar prins een dromerig en onvergetelijk avontuur.

[Koop tickets](#)

Wat vind jij van deze e-mail:





**ALLE FILMS
KRIJGEN EIGEN
LIFE CYCLE**



**MEER FILMS
VINDEN
PASSEND
PUBLIEK**



**OPTIMAAL
BENUTTEN VAN
LONG TAIL**



**CONSISTENTIE
BINNEN DE
CUSTOMER
JOURNEY**



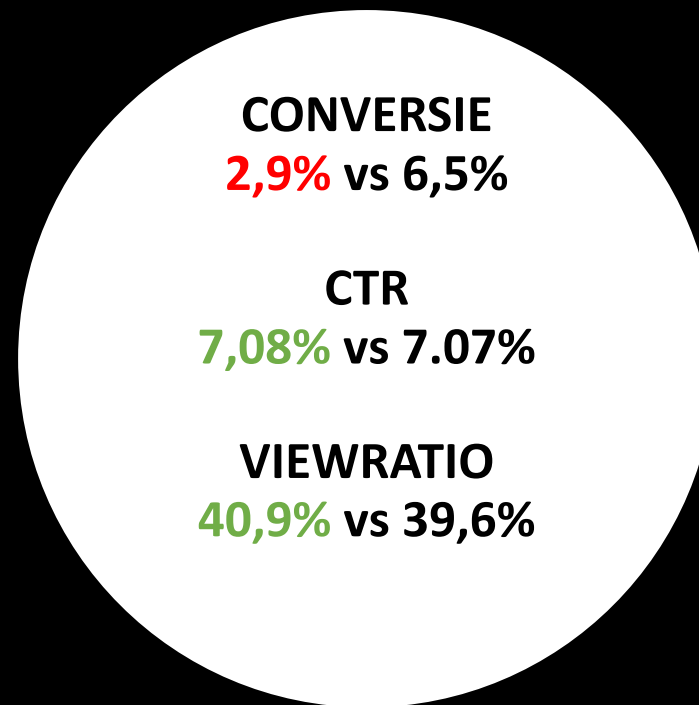
EFFICIËNTE INZET VAN AFDELING



ALWAYS ON VS MANUAL



Aantal campagnes

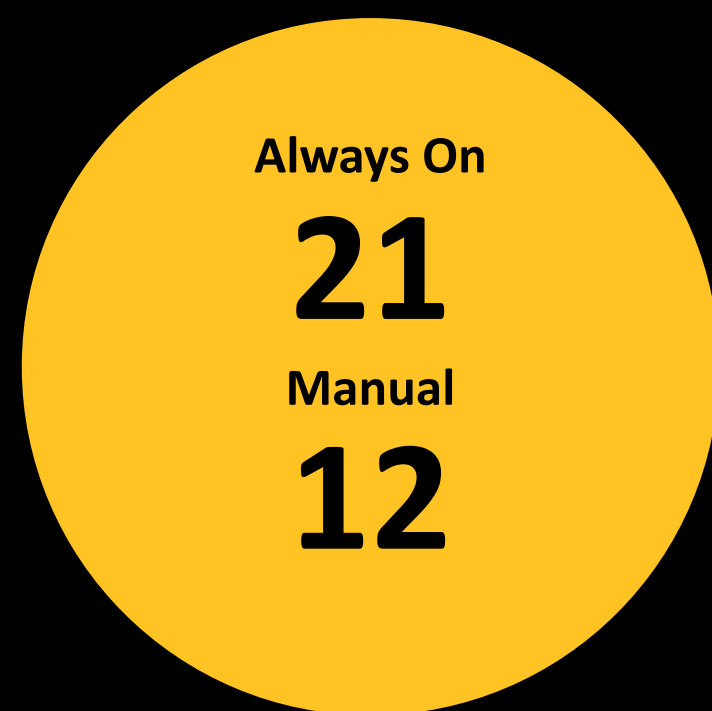


Conversie, CTR, View%



Gem. revenue per campagne

RESULTATEN ALWAYS ON VS MANUAL



films per maand



Tijd per verstuurde campagne



Kosten per campagne op basis van indicatief uurtarief € 85



2

Business rules te ruim opgesteld



1

Technische afhankelijkheden



3

Nog geen structurele AB tests



NEXT STEPS

**MULTI
VARIATION
TESTING**

**RECOMMENDATION
ENGINE**

ALWAYS OFF

fin