



19-02-2009

InSites Consulting lanceert “eScape” De online onderzoeksplossing die verder gaat dan profilering

Enig idee hoeveel % websitebezoekers van plan zijn een nieuwe SUV te kopen binnen de 3 tot 6 maand van minstens € 50.000, en de merken Volvo, BMW of Lexus overwegen voor hun aankoop? Welk percentage van de bezoekers van uw Business-to-Business channel werken als IT manager in een bedrijf met meer dan 200 werknemers? Al eens becijferd hoeveel % van de trafiek op uw netwerk bestaat uit gamers die een PS3 of Xbox bezitten, en maandelijks meer dan € 100 besteden aan nieuwe games? Weet u op welke sites in België de grootste penetratie van consumenten kan gevonden worden die een woonkrediet overwegen, en vandaag klant zijn bij KBC of Dexia? Enig idee welke sites in uw mediaplan moeten zitten om optimaal Nokia of Samsung users te bereiken die klant zijn bij Proximus of Mobistar met een prepaid kaart en ringtones downloaden?

InSites Consulting lanceert “eScape”. eScape is een gratis onderzoeksservice die wordt aangeboden in meer dan 30 landen aan online uitgevers en adverteerdersnetwerken. Met behulp van on-site vragenlijsten worden profielen opgebouwd van websites. De verzamelde data worden ter beschikking gesteld voor real-time analyse via een gebruiksvriendelijke en intuïtieve online rapporteringstool. eScape is een gratis business model en is uniek door de snelle inzetbaarheid en de diepte van aangeleverde data. Deze data leveren relevante inzichten aan verschillende doelgroepen: online uitgevers, reclameregies en mediabureaus.

Verder dan profilering

De profileringsoplossingen die vandaag beschikbaar zijn op de markt leggen de focus voornamelijk op het socio-demografisch profiel van site bezoekers. eScape differentieert zich van andere oplossingen met een gratis business model, maar vooral door verder te gaan dan het aanleveren van basis profielinformatie.

eScape partners oefenen een directe invloed uit op de dataverzameling, dankzij de mogelijkheid om de samenstelling van de vragenlijst in real-time te bepalen per website. Binnen eScape is er een breed gamma aan industriespecifieke “targeting themes”, die op modulaire wijze kunnen geactiveerd worden om de inhoud van de vragenlijst af te stemmen met de sales strategie.

“Onze partners kunnen dankzij eScape innoveren op domeinen als sales, marketing en media planning. In de online reclamemarkt wordt nu bijna uitsluitend getarget op doelgroepen met behulp van socio-demografische variabelen op site-centric niveau. eScape laat onze partners innoveren door site-centric targeting mogelijkheden te verbreden, en aan de slag te gaan met merk- en industriegerelateerde variabelen. Dit opent deuren voor meer gerichte advertising, en kan helpen om adverteerders over de streep te trekken die de overstap nog niet hebben durven maken naar online.”, vertelt Shahways Romani, verantwoordelijke voor de eScape service bij InSites Consulting.

De eScape Targeting themes zijn:

Socio-demographics	Automotive	Online search	Cross-media
Business-to-business	Online activities	Sports	Music & Movies
Travel	Finance & Banking	Housing	Fashion
Internet Profile	Gaming	Mobile	FMCG & SMCG

Persbericht - 19-02-2009

De targeting themes zijn beschikbaar in een gelokaliseerde versie voor elke markt, en dekken merkgerelateerde inzichten inzake huidige consumptie en aankoopgedrag. Alle belangrijke merken zijn aanwezig voor elke industrie, en marktontwikkelingen worden snel verwerkt in de vragenlijsten. Een volledig overzicht van het huidige aanbod van targeting themes is te vinden op <http://escape.insites.eu/portal/demos.aspx>.

Online rapportering in real-time

Een uitgebreide rapporteringsinterface is beschikbaar voor alle betrokken partijen, die toelaat om op een snelle en een gebruiksvriendelijke manier aan de slag te gaan met de dataverzameling. Zowel de analyse als mediaplanning functionaliteit kunnen door gebruikers zonder een marktonderzoeksachtergrond foutloos ingezet worden.

De rapportering werkt in real-time, en laat toe om output snel te vertalen naar externe tools & communicatie. Cijfers en grafieken kunnen met een klik worden geëxporteerd naar spreadsheets en presentaties, terwijl de toegang verzekerd is op elk moment en vanop elke pc met een internet browser.

Dankzij het ingebouwde intelligente herwegingssysteem, worden gewichten onmiddellijk weggeschreven samen met de antwoorden van de respondent. Dit laat toe om herwegingen toe te passen in real-time, die gebaseerd worden op het telefonische luik van de jaarlijkse BMM studie van InSites Consulting. De herweging werkt mogelijke vertekeningen van het profiel weg, door profielen die niet meedoen met on-site surveys, meer gewicht toe te kennen in de resultaten.

“What’s in it for me?”

Uitgevers appreciëren de inzichten inzake de gebruikerservaring van hun bezoekers, en kunnen zo uitmaken wat werkt en wat niet. Targeting themes data kunnen bijvoorbeeld resulteren in nieuwe content voor de site, en zo krijgen de respondenten en andere website bezoekers iets terug.

Reclameregies kunnen relatief snel profielen opbouwen voor hun sites, channels en zelfs het netwerk in zijn geheel, om zo de sales en marketing inspanningen beter te gaan ondersteunen. Sales teams krijgen de mogelijkheid om merkgerichte inzichten mee te nemen naar sales meetings met potentiële adverteerders, terwijl marketing PR rapporten kan ontwikkelen die op hun beurt buzz-verhogend werken.

Mediabureaus verkrijgen gratis accounts waarmee zeer specifieke doelgroepen gedefinieerd kunnen worden. Op basis hiervan kan de gebruiker kan achterhalen welke van de deelnemende sites en regies de beste match bieden. Een mediaplan is snel geëxporteerd, websites worden op een overzichtelijke manier gerelateerd aan een reclameregie, en contact details van de aanspreekpunten voor sales worden meteen meegegeven.

Referenties

InSites Consulting bezoekt momenteel alle relevante partijen om de nieuwe oplossing voor te stellen, en heel wat reclamegeregies lopen al mee met de nieuwe service of gaan de oplossing op korte termijn uitrollen. Hierbij een overzicht van de partners die al het nieuwe systeem gebruiken.



Persbericht - 19-02-2009



Contact:

Shahways Romani

Profiling – Business development & Product management

InSites Consulting

shahways.romani@insites.eu

T +32 9 269 14 05 | M +32 477 949 868

InSites Consulting

InSites Consulting is een toonaangevend marktonderzoeksbureau op het gebied van online marktonderzoek met een sterke internationale positie. Het werd opgericht als een spin-off van de Vlerick Leuven Gent Management School. Via een online panel bestaande uit meer dan 2.000.000 panelleden, verspreid over 25 Europese landen, wordt online marketingonderzoek uitgevoerd, zowel kwantitatief als kwalitatief. Het hoofdkantoor in Gent telt 75 hooggeschoolde en ervaren medewerkers. InSites Consulting staat voor: expertise en consulting, door innovatie gedreven, excellente klantenservice en kwaliteit georiënteerd. Meer informatie op www.insites.eu.