



SNEL DOELGROEPEN IN KAART BRENGEN EN DOORGRONDEN

Datamining op de NOM DoelgroepMonitor en PrintMonitor



MEER INZICHT IN DOELGROEPEN

De **DOELGROEPDETECTOR**

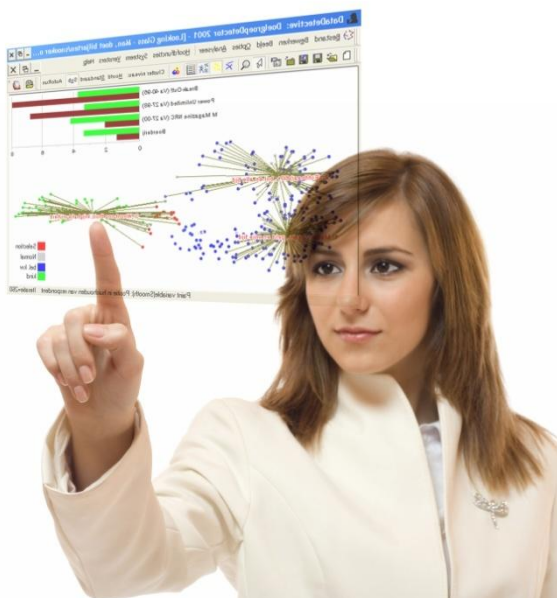
De NOM DoelgroepMonitor en PrintMonitor bevatten een schat aan informatie over de Nederlandse consument. Helaas laat deze schat zich in de praktijk moeilijk uitgraven. Wie de data optimaal wil gebruiken om helder inzicht te krijgen in doelgroepen is veel tijd kwijt en krijgt te maken met complexe statistische technieken.

Om die reden heeft Sentient de **DataDetective DOELGROEPDETECTOR** ontwikkeld: een uniek softwarepakket dat krachtige analyse met datamining biedt op de NOM bestanden.



Probeer DoelgroepDetector nu gratis uit!

Laat de resultaten voor zich spreken zonder bijkomende verplichtingen. Bezoek nu www.doelgroepdetector.nl voor meer informatie over deze nieuwe actie.



Datamining is een proces waarmee automatisch binnen databases verbanden worden gezocht die statistisch significant zijn. Dit zoekproces is volledig: elk mogelijk verband wordt bekeken waardoor niets wordt gemist. Sentient is een pionier op dit gebied en past datamining keer op keer succesvol toe bij een groeiend aantal organisaties, waaronder politiekorpsen, belastingdiensten, Delta Lloyd Verzekeringen en openbare bibliotheken.

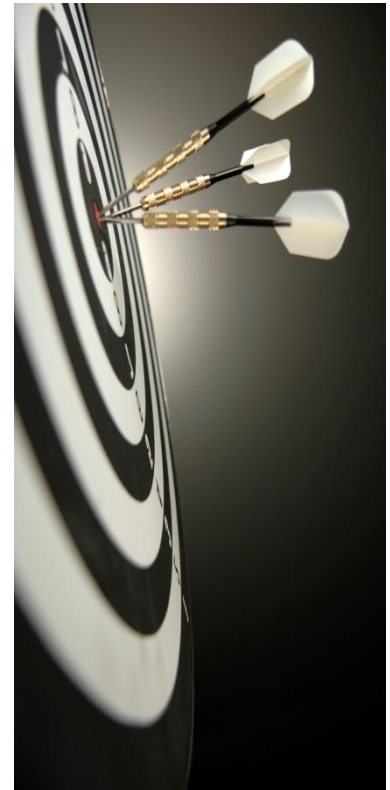
DOELGROEPDETECTOR biedt zowel het gemak van overzicht als het belang van details: met een paar klikken kan de gebruiker een goede indruk krijgen over welke groepen klanten het gaat. Tegelijk is het mogelijk om elke doelgroep vanuit verschillende perspectieven onder de loep te nemen en nauwkeurig te bepalen wat deze groep precies kenmerkt.

DOELGROEPEN IN KAART BRENGEN

- De **DOELGROEPDETECTOR** gebruikt Sentient's unieke **clustermethode**. Deze vindt automatisch de meest interessante deelgroepen voor de gebruiker.
- Met behulp van de **GIS functie** kan eenvoudig op een kaart worden getoond hoe de groep over Nederland is verspreid.
- **DOELGROEPDETECTOR** beschikt verder ook over de gangbare middelen om analyses overzichtelijk te presenteren. Resultaten kunnen worden gevat in diagrammen, kruistabellen en frequentie-analyses.

DOELGROEPEN DOORGRONDEN

- Van elke doelgroep kan eenvoudig een **profiel** worden opgesteld waarbij alle opvallende kenmerken voor die groep op volgorde worden getoond.
- Voor sommige analyses is het van belang om te bepalen welke combinaties van factoren er voor zorgen dat mensen een bepaald gedrag vertonen, zoals het kopen van een product. De **beslisboom-techniek** verdeelt stap voor stap de populatie, om groepen te vinden waarbinnen het gedrag veel voorkomt.



Paul Tiebout (Telegraaf Tijdschriften Groep):

“Het mooie van de DoelgroepDetector vind ik dat we niets over het hoofd zien. We krijgen snel en gemakkelijk inzicht in de samenstelling van bestaande doelgroepen zodat we een plan op maat kunnen maken voor elk onderliggend segment.

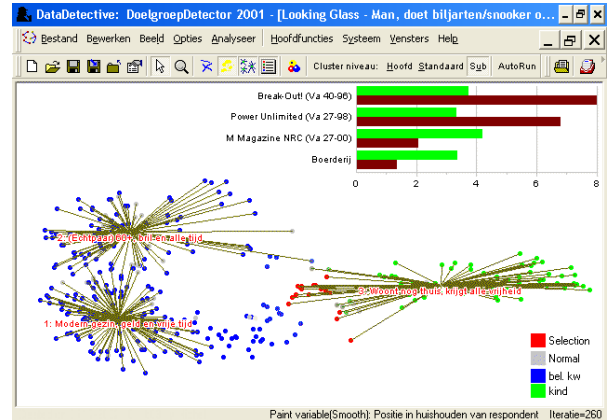
Daarnaast is het heel gemakkelijk geworden om juist nieuwe potentiële doelgroepen uit de NOM data te kunnen ontdekken.

Bovendien is DoelgroepDetector ook nog eens zeer geschikt in het opsporen van verrassende relaties in productgebruik, wat bijvoorbeeld nuttig is voor gezamenlijke campagnes.”

OVERZICHT VAN DOELGROEPDETECTOR-FUNCTIES

Visuele Segmentatie

De *doorsnee-klant* bestaat niet meer. Doelgroepen bestaan vaak uit meerdere clusters die een eigen benadering behoeven. DoelgroepDetector is in staat een 'röntgenfoto' van de groep te maken door deze clusters bloot te leggen met Visuele Segmentatie: de respondenten worden in een overzichtelijk vlak gegroepeerd naar overeenkomst.



DataDetective: DoelgroepDetector - [4 - Profiel analyse]

Masker: <Alle variabelen> Filter: (Score)=150,0 aantal=20, sign. Index N # % % pen. Betr.

Variable	Kenmerk	Ndz/	#Bijzaten snooker mannen (704.977)	%Bijzaten snooker mannen	#Mannen 6.113.049	%Mannen
1. Persoonlijke aanschafplannen diverse art	motor	252,9	34.994	5,0%	120.104	2,0%
2. Geregeld lezen overige bladen	Charts Rabo Top 40 (hitlijst)	244,8	87.197	12,4%	309.164	5,1%
3. Kopen van kledingmerken	Oxbow	237,3	62.890	8,9%	230.096	3,8%
4. Welke recreatieparken?	safaripark Beekse Bergen	230,9	38.263	5,4%	143.854	2,4%
5. Leesfrequentie dagblad: vaak	Eindhovens Dagblad	229,2	45.612	6,5%	172.759	2,8%
6. Leeftijd respondent (2)	15-19 jaar	228,2	105.263	14,9%	400.359	6,5%
7. Gebruik haarverzorgende producten	gelspray	224,4	65.029	9,2%	251.521	4,1%
8. doet activiteit: 1x p 2 wk of vaker	discotheekbezoek	222,6	139.588	19,8%	544.389	8,9%
9. Geregeld lezen overige bladen	Mega Top 100(hitlijst)	221,3	88.216	12,5%	346.098	5,7%
10. Bezoeken van kledingzaken	Cool Cat	220,8	149.202	21,2%	586.714	9,6%
11. Wijze toegang internet	anders	220,0	55.166	7,8%	217.703	3,6%
12. Wileens TV-programma kijken (therco)	SBS 6 Kids Club (SBS 6) w/	219,9	52.524	7,5%	207.360	3,4%
13. Aandacht voor reclame in de bioscoop	geregeld	219,8	94.985	13,7%	366.739	6,2%
14. Gebruik soort camera	camera voor eenmalig gebruik	218,6	75.986	10,8%	301.760	4,9%
15. Kijkfreq. horrorfilms	ahjd	216,2	74.115	10,6%	294.048	4,8%

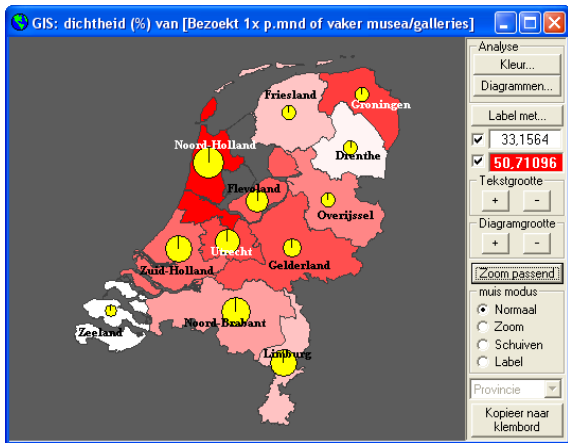
Profileren

Met één druk op de knop kan de gebruiker de meest typerende eigenschappen van een doelgroep in beeld brengen die automatisch geselecteerd zijn uit de vele duizenden NOM antwoorden. Het resultaat is tweeledig:

- 1) er hoeft minder tijd te worden besteed aan het langslopen van alle vermoedelijk interessante variabelen.
- 2) geen interessant feit wordt over het hoofd gezien.

Doelgroepen definiëren

DoelgroepDetector biedt een eenvoudige maar uitgebreide manier om groepen te definiëren. Naast het stellen van **eisen** bij het kiezen van een bepaalde groep, is de gebruiker ook in staat om **wensen** te definiëren. Wensen bieden de mogelijkheid om het ideale doelgroeprofiel te specificeren en personen te selecteren die deze het meest benaderen.

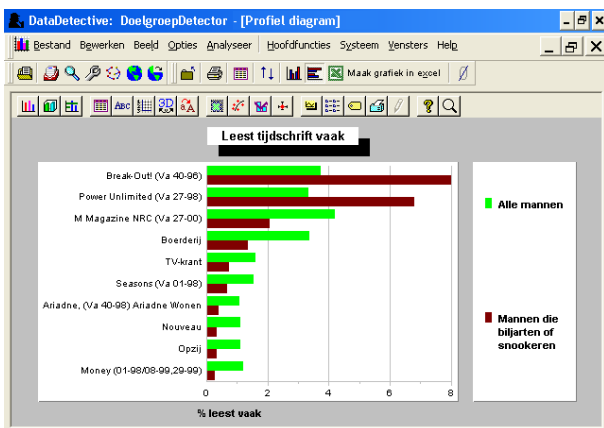
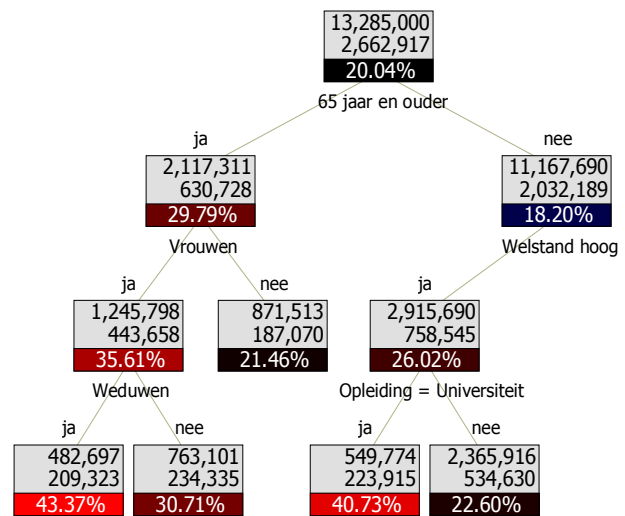


GIS

Het is mogelijk om een kaart te maken van een doelgroep binnen Nederland. Daarnaast is er een koppeling met Mapinfo™, om geavanceerde geografische analyses uit te voeren.

Beslisbomen

Om een doelgroep beter te begrijpen kan met de functie **Beslisbomen** een groep verder worden verfijnd in deelgroepen. Zo kan gemakkelijk worden bepaald welke combinaties van factoren samenhangen met een specifieke eigenschap. Het blijkt bijvoorbeeld dat oudere vrouwen en vooral weduwen veel champagne drinken en dat bij de hoog opgeleiden juist de mannen dit meer doen.



Grafieken en diagrammen

Van elke eigenschap kan een grafiek of diagram worden gemaakt. Dit geeft een snel en helder overzicht van de hoe een kenmerk over een doelgroep is verdeeld.

DE WODKA-CASUS

Probleemstelling

De volgende casus is een voorbeeld van hoe DoelgroepDetector in de praktijk gebruikt wordt. Een drankenfabrikant wil een nieuw merk wodka in de markt zetten en stapt daarom naar een marketingspecialist. Ten eerste wil hij een beeld krijgen van de huidige wodkamarkt. Door deze in kaart te brengen wil hij kijken of er belangrijke onderscheidende segmenten zijn in verband met positionering. Verder wil hij op basis van deze kaart een antwoord krijgen op de volgende vragen:

- Welke andere producten / merken zijn interessante kandidaten voor joint-promotions?
- Wat is een nauwkeurige omschrijving van de doelgroep voor de briefing naar het reclamebureau?
- Via welke mediakanalen bereik ik de doelgroep?



De visuele segmentatie in DoelgroepDetector levert drie groepen op onder de wodka drinkers.



Profielanalyse

We starten met een onderzoek naar een algemeen profiel van wodka drinkers. Geselecteerd worden personen die minstens 1x per maand wodka drinken. Dat zijn 234 enquêtes die, geprojecteerd naar de bevolking, neerkomen op ruim 220,000 consumenten. Wanneer de wodka drinkers worden afzet tegen alle Nederlanders vanaf 13 jaar zijn duidelijk de volgende kenmerken oververtegenwoordigd:

Mannenproducten

Omdat mannen iets vaker wodka drinken komen ook een aantal typische mannenproducten als scheerbenodigdheden en mannendeodorant relatief veel voor.

Alcohol liefhebbers

Wodka drinkers drinken vooral veel soorten andere alcoholhoudende dranken zoals whisky, rum, likeur, gin, bijzondere biersoorten en cognac. Ook diverse drankmerken komen relatief vaak voor.

Relatief jong

Wodka drinkers zijn oververtegenwoordigd in de leeftijdscategorie 15-29, met de nadruk op 20-24 jaar. Studiebeurzen, bezoek aan café, discotheek en videotheek, en bezit van een antwoordapparaat horen daarbij.

Visuele Segmentatie op wodka drinkers

Visuele segmentatie levert 3 groepen wodka drinkers op. De bijbehorende profielen zijn weergegeven in onderstaande tabel inclusief de mogelijkheden voor joint-promotion en de media die in elke groep meer dan gemiddeld worden gelezen. Niet iedere klant wordt noodzakelijkerwijs aan een groep toegekend. Twijfelgevallen kunnen als zodanig buiten beschouwing worden gelaten.



Deze methode geeft een heel andere kijk op de doelgroep dan het gemiddelde profiel. De verschillende groepen tonen aan dat er meerdere typen wodka drinkers moeten bestaan. In dit geval blijken er drie duidelijk te onderscheiden segmenten te zijn. Voor positionering van een merk kan deze exercitie een goede aanzet zijn. Communicatie en eventuele joint-promotions zijn effectiever nadat de drie segmenten onderscheiden zijn.

Segment	Aantal Nederlanders	Omschrijving	Joint promotion	Media
1	96,621	Bovenmodaal Bezit auto Kostwinner of partner 30+, met name 30-50 jr. Credit cards Geen disco	ABN hypotheek Autolease American Express Plavuizen/marmere vloer	Telegraaf AD Regionale dagbladen Elsevier AVRO-bode Libelle Nieuwe Revu
2	71,426	Beneden modaal 20-34 jr. 1 of 2 pers. huishouden Hoofdhuurder Geen kinderen Net werkzaam of nog studierend.	Starters (huisinrichting) Bioscoop Hero Zwitsal Inlegkruisjes Libresse Invito schoenzaken Verse groente salade Kattenvoer	Volkscrant Leidsch Dagblad Veronica Viva Cosmo Troskompas roddelbladen
3	35,429	Modaal 'Kind' in huis Studerend 14-24 jr. Disco	Top 40 Free Record Shop Motorrijden Housemuziek Videotheek Kauwgom, snacks	Privé HP/De Tijd Troskompas Voetbal Telegraaf Wegener



Meer informatie:

Sentient Information Systems

Singel 160, 1015 AH, Amsterdam

T 020 5300 330

F 020 5300 331

E info@sentient.nl

www.doelgroepdetector.nl