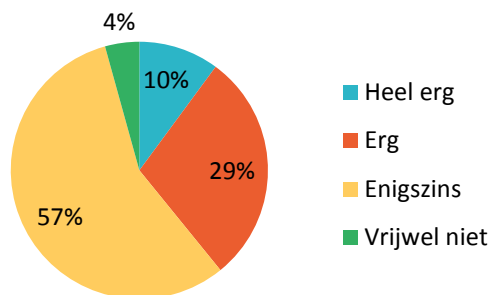


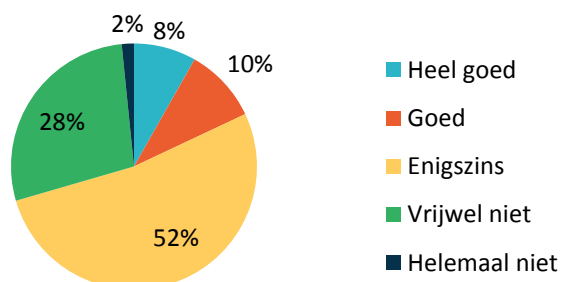
De big data uitdagingen voor Nederlandse marketeers

Onderzoeksresultaten

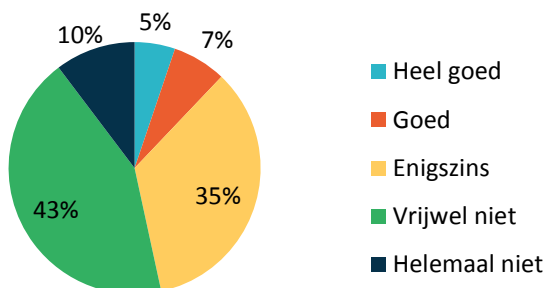
1. Er is al veel gezegd over data-driven marketing. In hoeverre zijn marketingactiviteiten binnen jouw organisatie ook echt data gedreven?



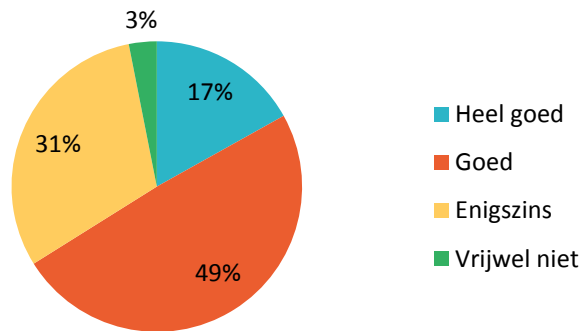
2. In hoeverre is jouw organisatie in staat om online en offline databronnen te integreren?



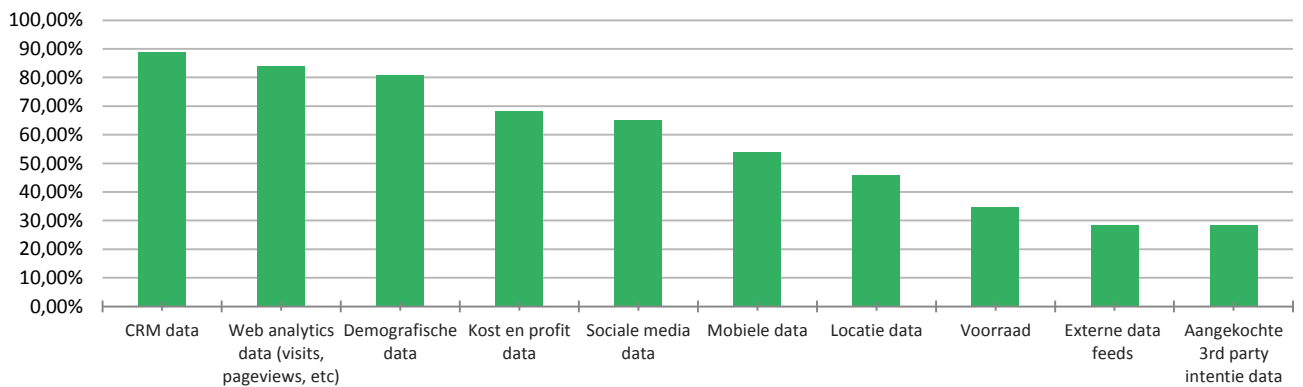
3. In hoeverre ben je in staat om data real-time in de online kanalen te gebruiken?



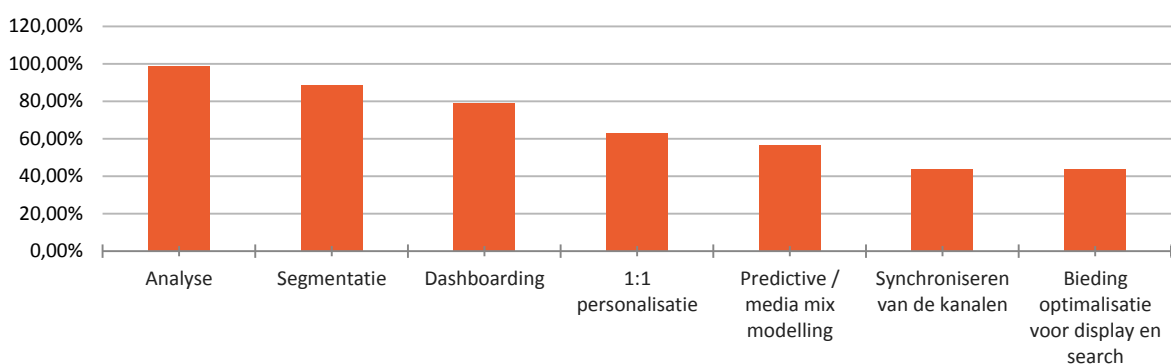
4. In hoeverre is de verzamelde data binnen jouw organisatie beschikbaar en toegankelijk voor marketing?



5. Wat voor soort data verzamel je of is beschikbaar voor marketing?



6. Met welk doel verzamelt jouw organisatie marketingdata?



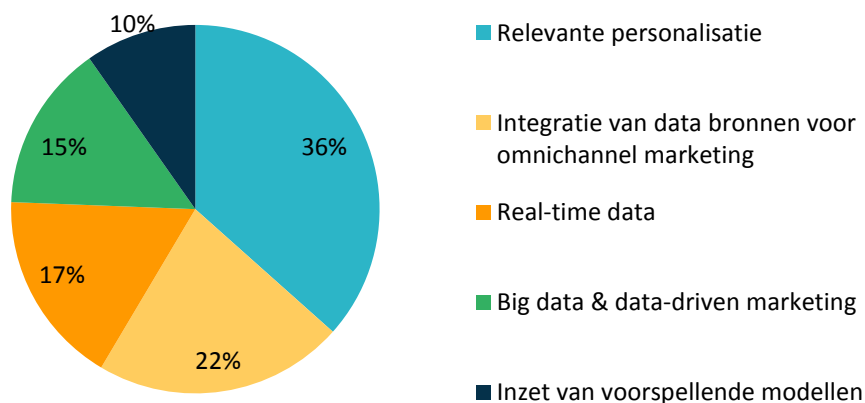
7. Wat zijn uitdagingen binnen jouw organisatie voor het gebruik van profiel- en productdata in verschillende kanalen?

Antwoorden	Percentage respons
Het gebrek aan de juiste technologie	35,30%
Het gebrek aan oplossingen voor de integratie en cross-channel gebruik van data	60,80%
De organisatiestructuur – data is op verschillende locaties (afdelingen) opgeslagen en lastig te bereiken	51,00%
Het gebrek aan interne deskundigheid	33,30%
Het is geen prioriteit van topmanagement	23,50%

8. Waar ligt voor jouw organisatie de meeste potentie van data voor marketing in het aankomende jaar (rangschik de activiteiten)? (1= meeste potentie)

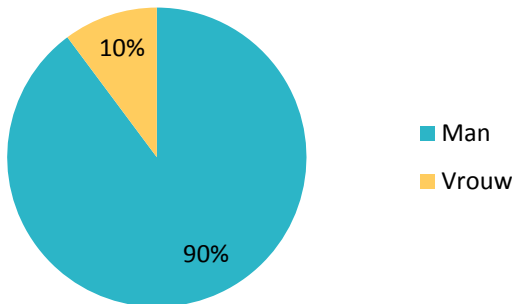
Het genereren van klantinzicht	3,39
Personalisatie	3,39
Optimalisatie van conversie	3,45
Integreren van on- en offline kanalen	3,94
Verbetering van customer service	4,35
Voorspellende analyse	4,45
Optimalisatie van marketing spend	5,02

9. Welke ontwikkelingen zie jij voor het gebruik van data voor marketing in de komende 5 jaar?

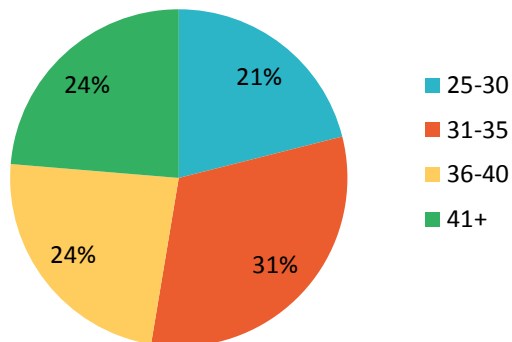


Demografische vragen

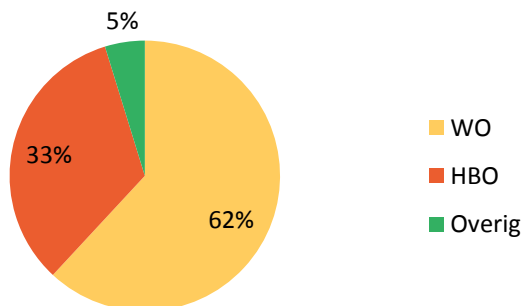
1. Wat is je geslacht?



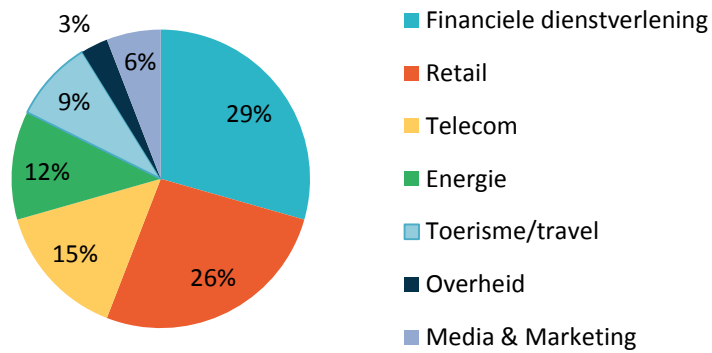
2. Hoe oud ben je?



3. Wat is je hoogst genoten opleidingsniveau?



4. In welke industrie ben je momenteel werkzaam?



5. Hoeveel werknemers heeft de organisatie waar je werkt?

