

Met GeoMarktprofiel diepgaand inzicht in uw donateurs

Speciaal voor de Charitatieve branche heeft WDM nu GeoMarktprofiel goede doelen. Hiermee kunt u op continue basis uw hele database verrijken met een groot aantal relevante kenmerken. Het resultaat is diepgaand inzicht in de persoon achter het adres in uw database, waardoor u effectiever fondsen kunt werven en uw boodschap beter kunt afstemmen op de wensen van uw doelgroep(en). Met behulp van onze gebruiksvriendelijke software kunt u complexe analyses heel gemakkelijk zelf uitvoeren. U kunt bijvoorbeeld eenvoudig na een direct mail actie zien op welke kenmerken uw respondenten afwijken van de non-respondenten. Deze kenmerken (bijvoorbeeld wel of geen kinderen of het bezit van een bepaald type auto) kunt u gebruiken om selecties te maken voor toekomstige mailings, maar u kunt de informatie ook toevoegen aan de contacten in uw database.

GeoMarktprofiel maakt uw marketing effectiever

- Betere werving door meer gerichte selecties uit externe adreslijsten
- Effectievere cross-sell doordat u beter weet wie respondeert en wie niet
- Meer inzicht in uw achterban waardoor u gericht met hen kunt communiceren
- Effectievere media inkoop, omdat u weet welke media uw donateur consumeert
- Beter inzicht in de geografische spreiding van uw donateurs
- Betere voorspellingen doen over wie kans heeft om te stoppen met geven

Het leven van de database marketeer wordt eenvoudiger

- De software biedt uitgebreide selectie- en rapportage mogelijkheden
- De software is gebruiksvriendelijk en werkt snel met grote hoeveelheden data
- Diverse datasets kunnen tegelijk met elkaar worden vergeleken

Het pakket is aantrekkelijk gemaakt voor goede doelen

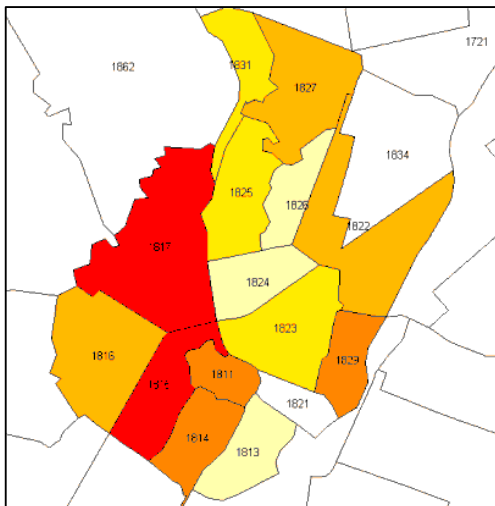
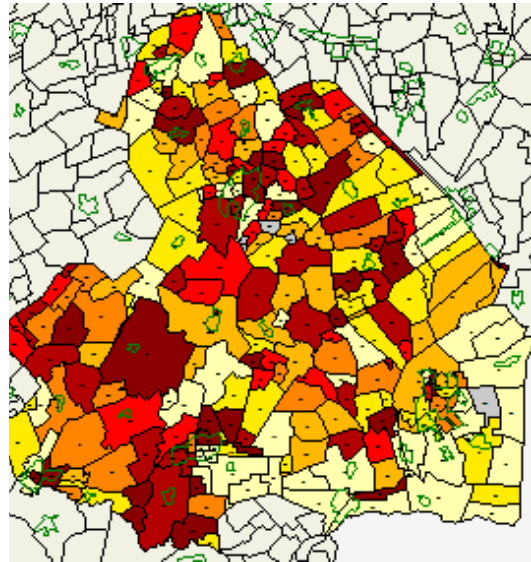
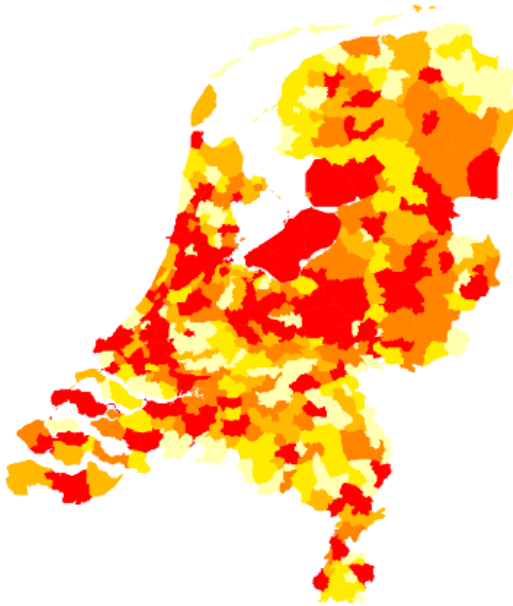
- Ruim 70% korting op het commerciële tarief
- Een extra korting voor VFI leden (tot 15%)
- Kosteloze tweedaagse training voor de belangrijkste gebruikers (max. 4 personen)
- Onbeperkt gebruik van de data (ruim 150 kenmerken)
- Jaarlijks 4 verversingen van de Postcode datasets en 2 keer voor lifestyle datasets
- Aantrekkelijke kortingen bij inkoop van adressen

Specificaties

- Levering van de GeoMarktprofiel dataset (GeoPostcode, GeoLifestyle en GeoHuishouden)
- Overeenkomst voor het gebruik van de data gedurende 3 jaar
- Inclusief gebruik van de bijbehorende softwareomgeving: Anolis omgeving, inclusief Anolis DCS en GIS module (visualisaties)

Visualisatie van alle datasets (ook uw eigen gegevens)

Met de visualisatie module is het mogelijk om inzichtelijk te krijgen in welke regio een over- of onder-vertegenwoordiging bestaat op een bepaald kenmerk. De rode gebieden zijn in dat geval wijken binnen Nederland (boven) en de geselecteerde gemeente (onder) waar relatief veel 6-posities postcodes aanwezig zijn waar het inkomen twee keer modaal of meer is. Dergelijke visualisaties zijn mogelijk op alle kenmerken van de postcode en lifestyle dataset. Hierdoor wordt het heel eenvoudig om inzicht te krijgen in waar uw donateurs zich bevinden of waar nog veel potentie ligt.



Het is op diverse niveaus mogelijk visualisaties te maken; landelijk, provincie, gemeente, wijk en in sommige gevallen zelfs 5 posities postcode. Deze inzichten kunt u vervolgens gebruiken om gericht selecties te maken voor het werven van nieuwe klanten.

Voorbeeld van respons analyse

Hieronder is een fictief voorbeeld van een tabel die u zelf kunt uitdraaien met behulp van GeoMarktprofiel Goede doelen. Op deze manier kunt u elke willekeurige dataset (bijvoorbeeld al uw respondenten uit het verleden) vergelijken met een andere dataset (bijvoorbeeld non-respondenten). In dit geval geeft de index duidelijk de relatie aan tussen opleidingsniveau en respons.

Opleiding hoofdkostwinner	Respons	%	Non Respons	%	Index
MBA/Postdoctoraal	94	0,94	3.700	0,37	256
WO	1.856	18,56	74.800	7,48	248
HBO	3.411	34,11	194.600	19,46	175
HAVO/VWO/HBS	1.320	13,20	99.100	9,91	133
MBO	1.586	15,86	207.200	20,72	77
MAVO/MULO	1.043	10,43	159.300	15,93	65
LBO/VMBO	567	5,67	178.400	17,84	32
Lager onderwijs	124	1,24	82.900	8,29	15

Of uw eigen donateurs kunnen (op alle kenmerken) worden vergeleken met het Nederlands gemiddelde. In dit geval zijn de GeoTypen vergeleken van de donateurs met het gemiddelde van Nederland. Hierin zijn duidelijke verschillen zichtbaar. Bijvoorbeeld "Religieus bewusten" heeft index 204. Dit betekent dat deze groep oververtegenwoordigd is binnen het donateursbestand. Hiermee kunnen look-a-likes worden gezocht bij andere adresbestanden.

GeoType (lifestyle profiel)	Donateur	%	Nederlands gemiddeld	%	Index
Gulle donateurs	13.951	11,54	296.918	4,16	278
Religieus bewusten	11.783	9,75	340.463	4,77	204
Bewuste ouderen	14.027	11,61	462.023	6,47	179
Actieve senioren	9.955	8,24	391.541	5,48	150
Ambitieuze beleggers	5.068	4,19	267.174	3,74	112
Huis en tuin genieters	5.334	4,41	290.844	4,07	108
Oudere pubers	5.364	4,44	295.988	4,15	107
Sportieve genieters	4.317	3,57	244.823	3,43	104
Jonge pubers	3.291	2,72	198.749	2,78	98
Kleutergezinnen	4.627	3,83	281.129	3,94	97
Exclusieve shoppers	4.354	3,60	280.966	3,94	92
Computer gezinnen	2.238	1,85	165.029	2,31	80
Actieve sporters	3.750	3,10	292.797	4,10	76
Prijsbewuste consumenten	5.286	4,37	411.517	5,76	76
Culturele genieters	3.686	3,05	308.400	4,32	71
Uitgaande jongeren	2.554	2,11	234.058	3,28	64
Stoere motorrijders	3.532	2,92	347.304	4,86	60
Financieel beperkten	11.664	9,65	1.283.708	17,98	54
Startende gezinnen	2.827	2,34	312.628	4,38	53
Uiterlijk gericht	3.240	2,68	434.045	6,08	44

Hoe werkt de index?

Indices worden weergegeven in kleuren. De in **rood** afgedrukte indices geven aan dat die betreffende klassen significant oververtegenwoordigd zijn (bij een betrouwbaarheid van 95%) en de in **blauw** afgedrukte indices geven aan dat die betreffende klassen significant ondervertegenwoordigd zijn. De in **zwart** afgedrukte indices geven aan dat de betreffende klassen niet significant onder- of oververtegenwoordigd zijn (of geen afwijking ten opzichte van Nederland of onvoldoende waarnemingen voor betrouwbare uitspraken).