



ANVENDELSE AF BRUGERDATA I MARKEDSFØRINGEN

Peter Loell
Omnicom Media Group



peter.loell@omnicommediagroup.com

OMNICHANNEL => OMNIDATA

Multi-channel



I går

Mange kontaktpunkter uafhængigt af hinanden. Alt eksisterer i siloer, og kunden er virkeligheden set som flere "kunder"...

Cross-channel



Nu

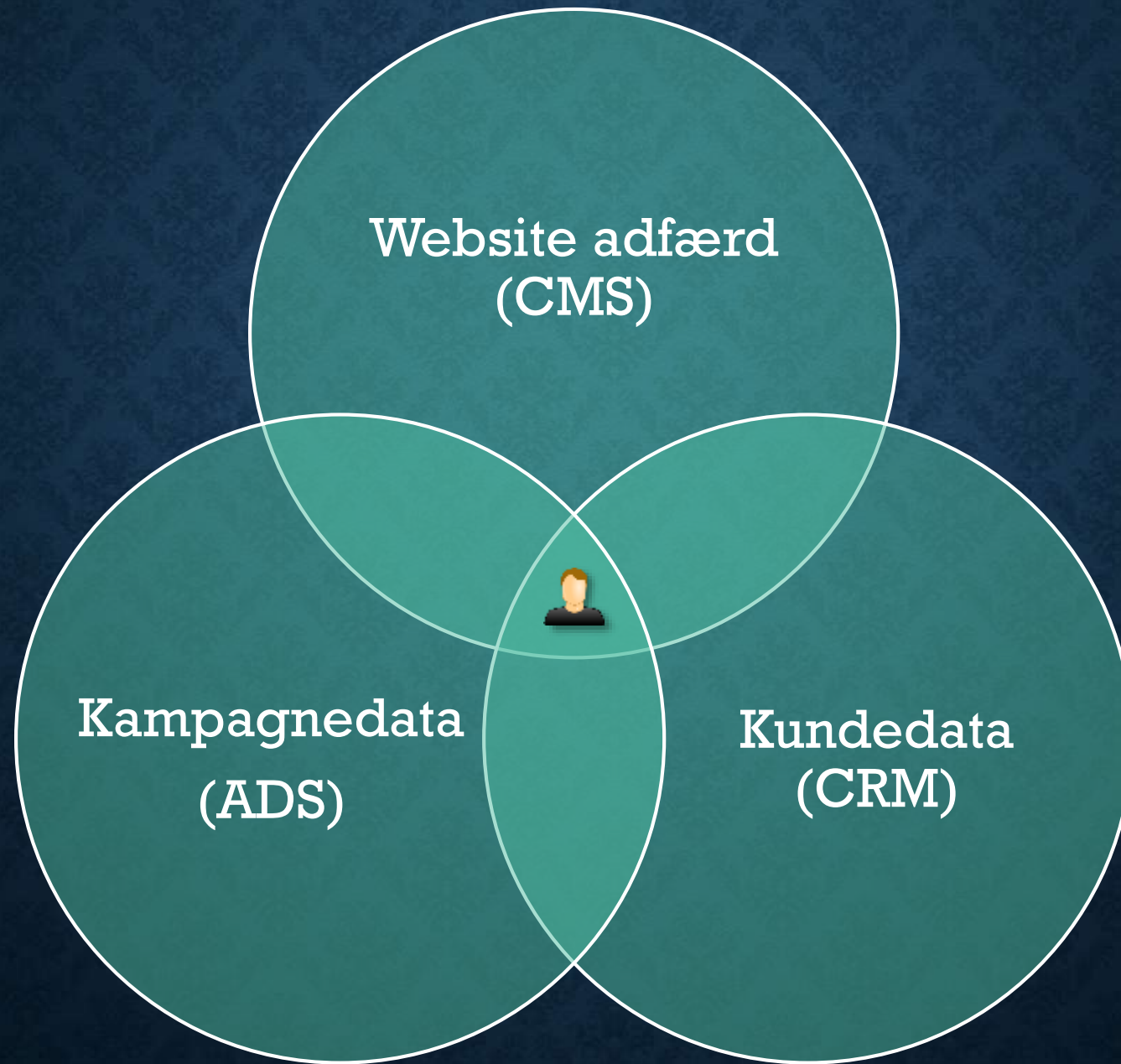
Multiple kontaktpunkter indenfor samme brand. 'Single-view' af kunden, men der opereres i "funktionelle" siloer

Omni-channel



I morgen

Kunden oplever et brand, ikke en kanal 'Single-view' af kunden, på livscyklus og beslutningsproces



Website adfærd
(CMS)

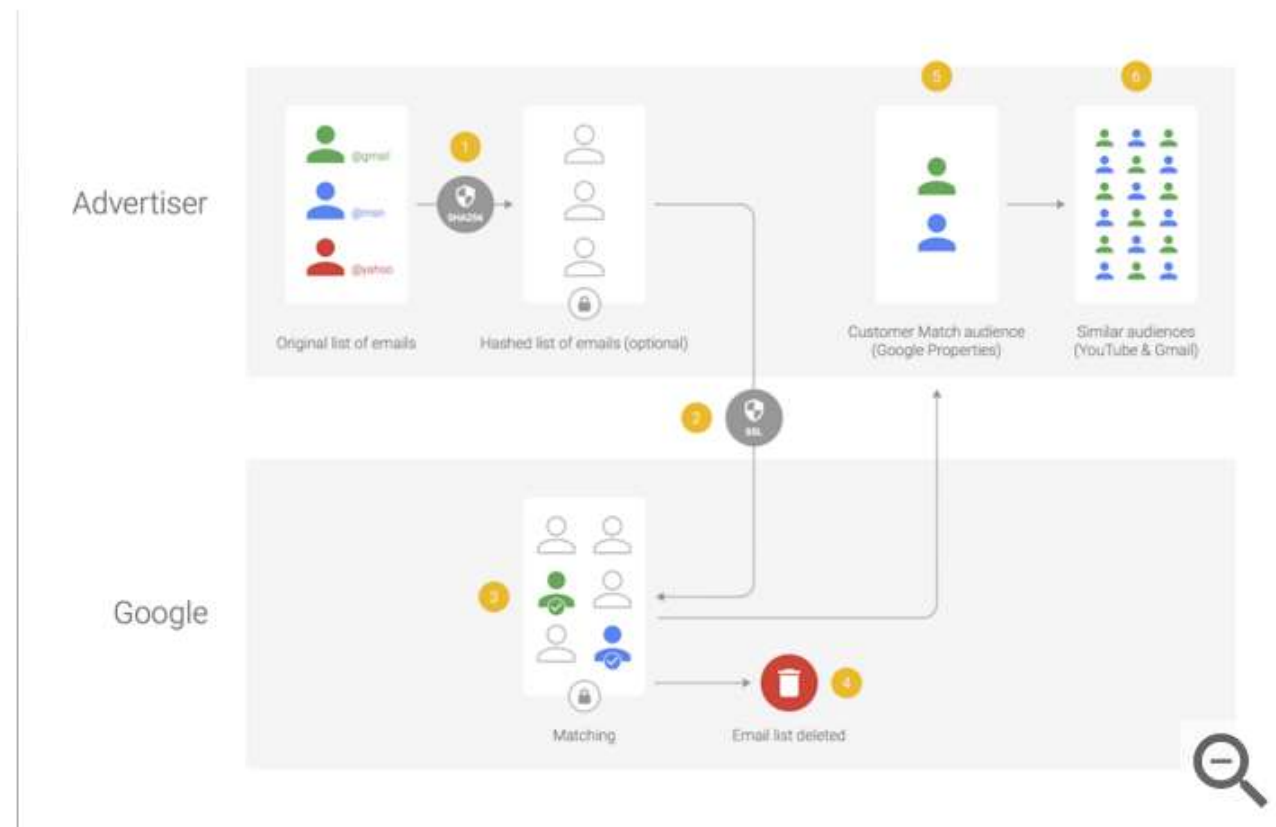
Kampagnedata
(ADS)

Kundedata
(CRM)

HVORDAN VIRKER DET?

About the email matching process

When you upload a customer emails list, it goes through a matching and policy compliance process. This process helps keep your customers' data safe and ensures that your list is compliant with Google's advertising policies. Once the process is complete, we'll permanently delete your file.



NOGLE EKSEMPLER PÅ USE CASES

1. Ekskludere brugere fra Facebook/Google, der netop har købt i "butikken"
2. Komme i kontakt med dem, der ikke har åbnet den senest udsendte email
3. Kommunikere til brugere, der ikke har logget ind på deres profil den sidste måned
4. Kommunikere til de 1000 bedste kunder, baseret på CRM data (eks har købt mest)
5. Lave look-a-like/Twinning af de 1000 bedste kunder, baseret på CRM data
6. Lave opsalg til de brugere, der lige har købt et andet produkt
7. Anvende Facebook/Google data "på toppen" af CRM data (kun kvinder/mænd)

Cookie-direktiv

Persondata

Markedsføringsloven

