



Reken af met vragen als: Wie is nu precies mijn doelgroep? Waar vind ik ze? Hoe bereik ik ze? Hoe val ik op?

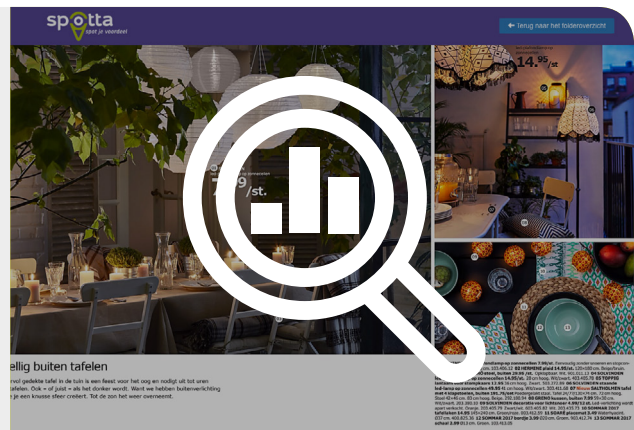
Volg de Spotta aanpak en samen identificeren en lokaliseren we je doelgroep. Samen bepalen we welke producten je het beste kunt inzetten, gedrukt en online. En meten we continu of de aanpak werkt én hoe je in de volgende ronde nog effectiever kunt zijn.



Leesgedrag-analyse online folder

Alles wat je wilt weten over het leesgedrag van je publiek

Waar is de consument - jouw potentiële klant - nu precies in geïnteresseerd? Wat zijn de leesflows binnen een online folder? Wat is het bereik? Hoe wordt de folder gelezen en waar moet je de juiste Call to Action plaatsen? Je kunt het allemaal in kaart laten brengen met een Leesgedrag-analyse.



In het kort

- Elke paginaweergave, elke klik op een link, elk tijdstip, elke doorverwijzing (referral) en herkomst van een bezoeker wordt bijgehouden.
- Scherpe inzichten en adviezen, gebaseerd op opgeslagen consumentengedragdata.
- Het verhogen van het rendement van de online folder door de verkregen inzichten.
- Waarbij je de learnings natuurlijk ook kunt gebruiken om de fysieke folder te verbeteren.

Alle voordelen op een rij

- Je kunt het leesgedrag van de consument compleet laten doormeten en inzichtelijk maken.
- Vervolgens zie je hoe je de online folder verder kunt optimaliseren.
- Je krijgt in je Leesgedrag-analyse antwoord op een reeks vragen:

Met Spotta bereik je meer

zakelijk.spotta.nl



1. Optimalisatiemogelijkheden op hoofdniveau:

- Wat is het piekmoment van de folder?
- Hoeveel dagen na livegang blijven bezoekers de folders bekijken?
- Hoeveel pagina's bekijkt de consument en hoeveel tijd brengt deze door op de site of op de pagina?
- Herkomst en bestemming lezers. Welke patronen zien we in het lees- en klikgedrag op desktop/tablets/mobile?

2. Optimalisatiemogelijkheden op paginaniveau:

- Welk leesgedrag vertoont een bezoeker?
- Wat is het uitstappercentage per pagina? Welke content draagt hier positief of negatief aan bij?
- Verschillende type pagina's afgezet tegen het gedrag.

3. Optimalisatiemogelijkheden op item-/productniveau:

- Welke content slaat het beste aan bij de lezers?
- Welke content levert het meeste op aan conversies, kliks en views?
- Welke persuasieve elementen en Calls to Action werken het beste?

Praktische informatie

Voor een Leesgedrag-analyse is het belangrijk dat de afdeling Digital vanaf het begin wordt aangesloten en dat je de volgende stappen doorloopt:

1. Briefing (voorafgaand aan de meting)

- Periode: Bespreek vooraf met de afdeling Digital (sales) om welke folders het gaat en om welke periode. Idealiter gaat het om een periode van 4 folders in 4 achtereenvolgende weken.
- Briefing (waar ligt de nadruk op): Om tot een analyse te komen die goed aansluit bij de verwachtingen, geef je vooraf aan wat belangrijk is. Niet iedereen heeft dezelfde behoeften. Als we weten wat je belangrijk vindt, kunnen we hier de nadruk op leggen.
- Aanlevering hoge resolutie (single page) pdf met links : Om inzichten per item/product boven water te krijgen is er tagging van toepassing. Het is van belang om de folder vooraf met linken aan te leveren. Achter de URL worden link-id's geplaatst die het verkeer bijhouden.

2. Aanlevering (tijdens meting)

- Tijdens de looptijd lever je wekelijks op tijd de gelinkte folder aan (minimaal 2 werkdagen voor livegang).

3. Analyse (na meting)

- 3 weken na livegang van de laatste folder wordt een moment gepland om de inzichten te delen. Deze doorlooptijd hebben we nodig om het gedrag te analyseren en tot inzichten te komen.