

PERSMEDEDELING

2 maart 2015

Roularta Media Group kiest de “behavioural targeting” module van Selligent voor de verdere ontwikkeling van zijn digitale marketing en (Big) Data strategie.

Roularta bouwt zijn expertise als pionier van abonnementenwerving en data driven marketing verder uit met Big Data, en stelt deze ook ter beschikking van adverteerders.

De opkomst van “Big Data” zorgt ook binnen de media sector voor ingrijpende veranderingen, waar Roularta door voortdurende innovatie op wil inspelen.

Door zijn historiek als pionier van de abonnementenverkoop beschikt Roularta over uitgebreide expertise in direct en databasemarketing en zijn in de loop der jaren performante CRM-tools uitgebouwd.

De moderne consument consulteert meer en meer media op digitale en “connected” platformen. Voor mediabedrijven is het verwerven van diepgaande kennis over gebruikspatronen, interesses, voorkeuren, gebruik van mobiele toestellen, neiging tot delen van content etc... essentieel. De technische mogelijkheden om dergelijke “big data” te verzamelen zijn volop in ontwikkeling, de echte uitdaging is om de grote volumes aan beschikbare data te vertalen in bruikbare klantenkennis en concrete actie.

Roularta koos Selligent als partner voor het inschakelen van “Big Data” in zijn data- en digitale strategie, en koos daarbij voor een gebruiksklare oplossing die onmiddellijk kan worden ingezet en niet voor een technologieplatform “in ontwikkeling” of een verzameling geïntegreerde systemen.

Roularta Media Group was betrokken als pilootklant bij de ontwikkeling en lancering van de nieuwe Selligent module “Target”. De tool biedt een geïntegreerde oplossing om data te verzamelen, te analyseren en in real time in te zetten in omnichannel campagnes met email, web, mobile en sociale componenten. De tool laat toe het bezoek- en leesgedrag op de sites en apps te vertalen in bruikbare gebruikersprofielen en dit zowel voor anonieme als gekende bezoekers. Eén van de sterktes van de tool is het gemak waarmee marketeers profielsegmenten kunnen definiëren, beheren en opvolgen.

De tool wordt vandaag ingezet voor gerichtere lezersmarketing, abonnementenwerving en –retentiecampaagnes, het volgen en analyseren van het gedrag van lezers en surfers met het oog op een gepersonaliseerde aanpak en aanbiedingen.

Roularta Media ontwikkelt, naast de bestaande adverteermogelijkheden op de websites en nieuwsbrieven, ook een nieuw gamma van “data driven” mogelijkheden waarbij adverteerders de mogelijkheid krijgen campagnes te boeken op specifieke “behavioural” doelgroepen, gebaseerd op de data verzameld en beschikbaar gemaakt door Selligent Target.

Contact	Peter Thiers Business Specialist Data & CRM	Philippe Belpaire Algemeen Directeur Roularta Media
Tel.	+32 51 26 61 78	+32 2 467 56 44
Mailadres	peter.thiers@roularta.be	philippe.belpaire@roularta.be
Website	www.roularta.be	www.roulartamedia.be

Contact	Kevin Ayeni Account director digital Roularta Media
Tel.	+32 2 467 57 02
Mailadres	kevin.ayeni@roularta.be
Website	www.roulartamedia.be