

'De waarde van data wordt zwaar onderschat'

ALGEMEEN Martijn Louws

BEESD - Data in het out-of-homekanaal is schaars. Het is een veelgehoorde klacht van partijen die er actief in zijn. Toch is dit niet helemaal juist, zo bepleiten Janka Dekker en Minouk Damen van Marketing4Results. Zij stellen dat de relevante data er wel is, maar dat veel partijen de waarde ervan sterk onderschatten.

"Van de data die intern bij fabrikanten beschikbaar is, zoals bijvoorbeeld omzetten per kanaal en kopersgegevens is tachtig procent zeer relevant. En als je dan kijkt wat er mee wordt gedaan, dan is dat schrikbarend weinig. Ik schat in dat slechts twintig procent van de data ook daadwerkelijk wordt gebruikt voor het effectief inzetten van marketing- en salesactiviteiten", vertelt Damen. Er zijn volgens haar verschillende redenen waarom fabrikanten hierin terughoudend zijn. "Zij kunnen de vertaalslag niet maken, onder-



“Keuzes maken