

PRESSEMEDDELELSE

FMCG styrker forbrugerfokuseret DM-strategi i Vesteuropa! Europæisk marketing er nu klar til at lette. Forbrugerdatabase bliver fuldt integreret.

Bruxelles – 3. september, 2008.

Fornylig blev udbyderen af direkte marketingservice, WDM Database International, tildelt en forretningspris af producenten af forbrugsvarer, Procter & Gamble (P&G) for den videre integration af deres centrale forbrugerdatabase i Vesteuropa.

WDM Database International har været drivkraften bag

P & G's centrale forbrugerdatabase, der dækker 8 af deres geografiske markeder i Europa. WDM Database International har anvendt denne databases forbrugerfokuserede design i over tre år til at bidrage til P & G's forbrugerforståelse.

I dag overflytter WDM Database International de resterende 8 lande til en enkelt, samlet forbrugerdatabase. Da WDM snart dækker 16 lande, vil organisationen efterfølgende være i stand til at tilbyde mere effektive og målrettede marketingaktiviteter for P & G. Indblik i forbrugerne er i stigende grad væsentlig i forsøget på ikke kun at tage højde for det opstående interaktive aspekt i direkte forbrugerkontakt, men også forbrugernes voksende forventninger om relevante og individualiserede tilbud. Selvom marketingaktiviteter altid skal overholde de lokale krav, så er én enkelt forbrugerdatabase ikke overflødig med henblik på nemmere at dele og genbruge vellykkede kampagner. Det drejer sig slet og ret om en effektiv kombination af lokal forståelse og en global dimension.

Laurent De Schouwer, Administrerende Direktør for WDM Database International, bekræfter dette:

"Vores kunder, herunder førende bilproducenter, forlag og FMCG-aktører erkender alle sammen betydningen af 'et samlet overblik over kunderne' som et grundlæggende første trin på vejen frem mod multi-channel marketing og interaktiv marketing.

Samarbejdet med et førende selskab i den hurtige FMCG-industri, hvor forbrugere kommer i kontakt med produkterne 3 milliarder gange om dagen, har virkelig sat vores løsnings operative og strategiske formåen på prøve. Det er specielt tilfældet i forbindelse med at komme på linie med tidens digitale forbrugerrevolution. Vi er stolte over, at vores løsninger og ekspertise giver forbrugerorienterede selskaber mulighed for at komme ud over deres besvær med fragmentering af data. Med det værdifulde indblik i kunderne som indhentes fra et 360 graders fugleperspektiv, kan selskaberne sikre deres konkurrencemæssige fordele. I sidste instans er ideen med denne type investering i marketing, at gøre direkte marketing i stand til aktivt at tage højde for forretningsresultater og forvandles til en omsætningsbidragende faktor. Dette er en ny virkelighed i mange erhvervssektorer, men først og fremmest i indikatorbrancher såsom FMCG og detail".

En central, forbrugerfokuseret database

Understøttede markeder:

Frankrig	Tyskland	Finland	Norge
Storbritannien	Irland	Danmark	Sverige
Belgien	Holland	Spanien	Portugal
Østrig	Schweiz	Italien	Grækenland

Alle nationale markeder vil blive serveret af de lokale repræsentanter i DNA's netværk: www.dnanetwork.com

For yderligere information, kontakt venligst:

Elke Robberecht

Marketing & Kommunikationschef

WDM Database International

+32 (0)2 555 96 35 - belr@wdminternational.com

Om WDM Database International

Som udbyder af europæisk direkte marketing konsoliderer, forbedrer og styrer vi din data og skaffer kundeindsigt for at øge rentabiliteten i dine multi-channel kampagner og kundekontakt. (www.dbi.wdminternational.com)



WDM Database International er en forretningsenhed i WDM Belgium. WDM Belgium tilhører WDM Group, der har sine egne datterselskaber i Holland, Frankrig og Skandinavien. WDM Group og alle dets selskaber er en del af Bisnode, der er en af Europas førende udbydere af business-to-business marketingservice og er en førende udbyder inden for forbrugermarketing i Nordeuropa (www.bisnode.com)



WDM Database International er en partner i DNA, Database Network Associates og agerer som en international repræsentant foruden de 12 uafhængige nationale repræsentanter, med ansvar for den lokale forbrugerdata & DM-eksperise i Europa. (www.dnanetwork.com)