

LEHDISTÖTIEDOTE

FMCG-teollisuus tehostaa kuluttajakeskeistä suoramarkkinointistrategiaansa Länsi-Euroopassa!

Euromarkkinat ovat valmiina nousuun kuluttajätietokantojen yhdistämisen avulla.

Brysseli 3. syyskuuta 2008

Suoramarkkinointipalvelujen tarjoaja WDM Database International sai hiljattain kulutustavaravalmistaja Procter & Gamblelta (P&G) yrityspalkinnon tuloksena yrityksen kuluttajätietokantojen yhdistämisestä Länsi-Euroopassa.

WDM Database International on ollut taustavoima keskitetyn kuluttajätietokannan luomisessa P&G:n kahdeksalle maantieteelliselle markkina-alueelle Euroopassa. Jo yli kolme vuotta on WDM Database International käyttänyt tämän tietokannan kuluttaja-keskeistä suunnittelua P&G:n kuluttajaymmärryksen lisäämiseen.

Tällä hetkellä WDM Database International on siirtämässä loppuja kahdeksaa maata samaan täysin keskitettyyn kuluttajätietokantaan. Tietokannan kattaessa piakkoin 16 maata voi WDM tarjota tehokkaampia ja kohdennetumpia markkinointipalveluja P&G:lle. Kuluttajaymmärrys on yhä olennaisempaa, kun yritetään toteuttaa lisääntyvää interaktiivisuutta kuluttajiin kohdistuvassa vuorovaikutuksessa sekä kohdata kuluttajien kasvavat odotukset relevanteista ja yksilöidystä tarjouksista. Vaikka markkinointitoimenpiteiden tulee aina mukautua paikallisiin vaatimuksiin, ei yhtenäinen kuluttajätietokanta ole pelkästään ylellisyyttä paremman osuuden tai onnistuneiden kampanjoiden tavoittelemiseksi. Siinä on viime kädessä kysymys paikallisen ymmärryksen ja globaalin mittakaavan yhdistämisestä.

Laurent De Schouwer, WDM Database Internationalin toimitusjohtaja vahvistaa:

"Asiakkaamme, mukaan lukien autoteollisuus, kustannusala ja FMCG-teollisuus, myöntävät kaikki "yhtenäisen asiakasrekisterin" perusaskeleeksi kohti monikanavavaista ja interaktiivista markkinointia.

Työskentely johtavan yrityksen kanssa nopeavauhtisella FMCG-teollisuussektorilla, jolla kuluttajat ovat yhteydessä tuotteisiin 3 miljardia kertaa päivässä, on todella pannut sovelluksemme ja asiantuntemuksemme kovalle koetukselle. Etenkin kun tämä vielä mukautetaan nykyiseen digitaaliseen kuluttajavallankumoukseen. Olemme ylpeitä siitä, että sovelluksemme ja asiantuntemuksemme auttavat kuluttajakeskeisiä yrityksiä ohittamaan tietokantojen hajanaisuudesta johtuvat ongelmat. He voivat varmistaa kilpailuetunsa sen arvokkaan ymmärryksen avulla, joka syntyy asiakkaisiin 360° lintuperspektiivistä. Perimmiltään ajatus tällaisen markkinointi-investoinnin taustalla on mahdollistaa suoramarkkinoinnin vaikutuksen heijastuminen suoraan liiketoiminnan tuloksiin ja sen muuttuminen voittoa tuottavaksi toiminnaksi. Tämä on todellisuus monilla teollisuuden aloilla, mutta tunnetuinta indikaattoriteollisuuksissa kuten FMCG ja vähittäiskauppa.

Yksi yhdistetty, kuluttajakeskeinen tietokanta

Tuetut markkina-alueet:

Ranska	Saksa	Suomi	Norja
Iso-Britannia	Irlannin tasavalta	Tanska	Ruotsi
Belgia	Alankomaat	Espanja	Portugali
Itävalta	Sveitsi	Italia	Kreikka

Kaikilla markkina-alueilla palvelee oma asiantunteva DNA-verkoston paikallisedustaja. www.dnanetwork.com

Lisätietoja saa ottamalla yhteyden:

Elke Robberecht

Markkinointi & Tiedotusjohtaja

WDM Database International

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

Tietoa WDM Database Internationalista

Eurooppalaisena suoramarkkinoinnin palveluntuottajana me yhdistämme, parannamme & hallinnoimme tietokantojanne ja luomme asiakkuusymmärrystä parantaaksemme monikanavakampanjoiden ja asiakasvuorovaikutuksen tuloksellisuutta. (www.dbi.wdminternational.com)