

DDMA Customer Data Award Case 2015

(Big) Data en geld verdienen

Sanoma SBS
Ewout Vis
Manager MI & Big Data

Sanoma Media Netherlands

PRINT

EVENTS

DIGITAAL

TV

**€ 708m
netto omzet**

**€73m
winst**

**> 2000
medewerkers**









































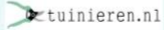

**Nummer 1
mediabedrijf
in Nederland**

**Nummer 1
in publieks
tijdschriften**

**Nummer 1
in digitaal**

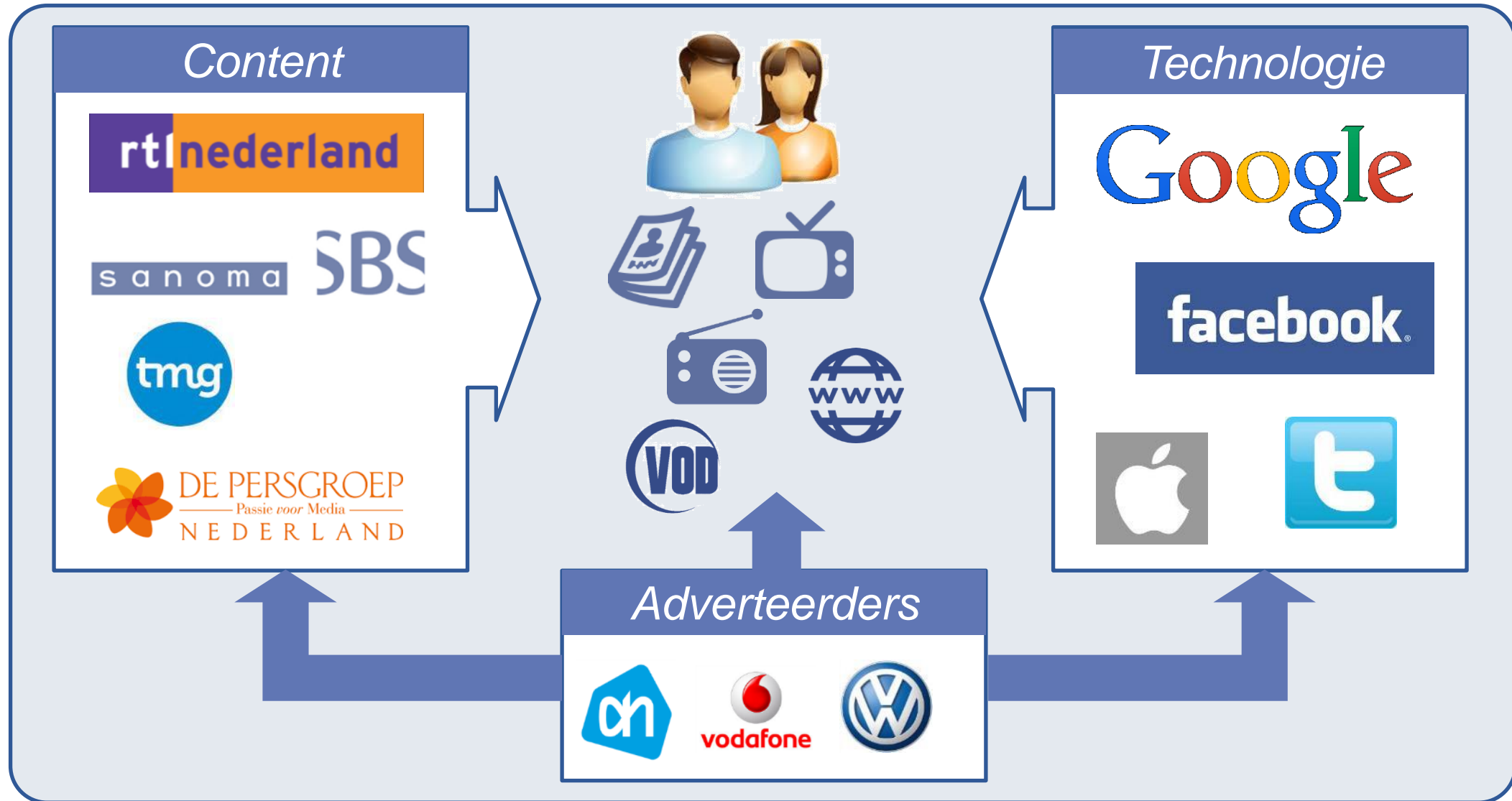
**Nummer 3
in TV**

Bekend in Nederland van zo'n 60 merken

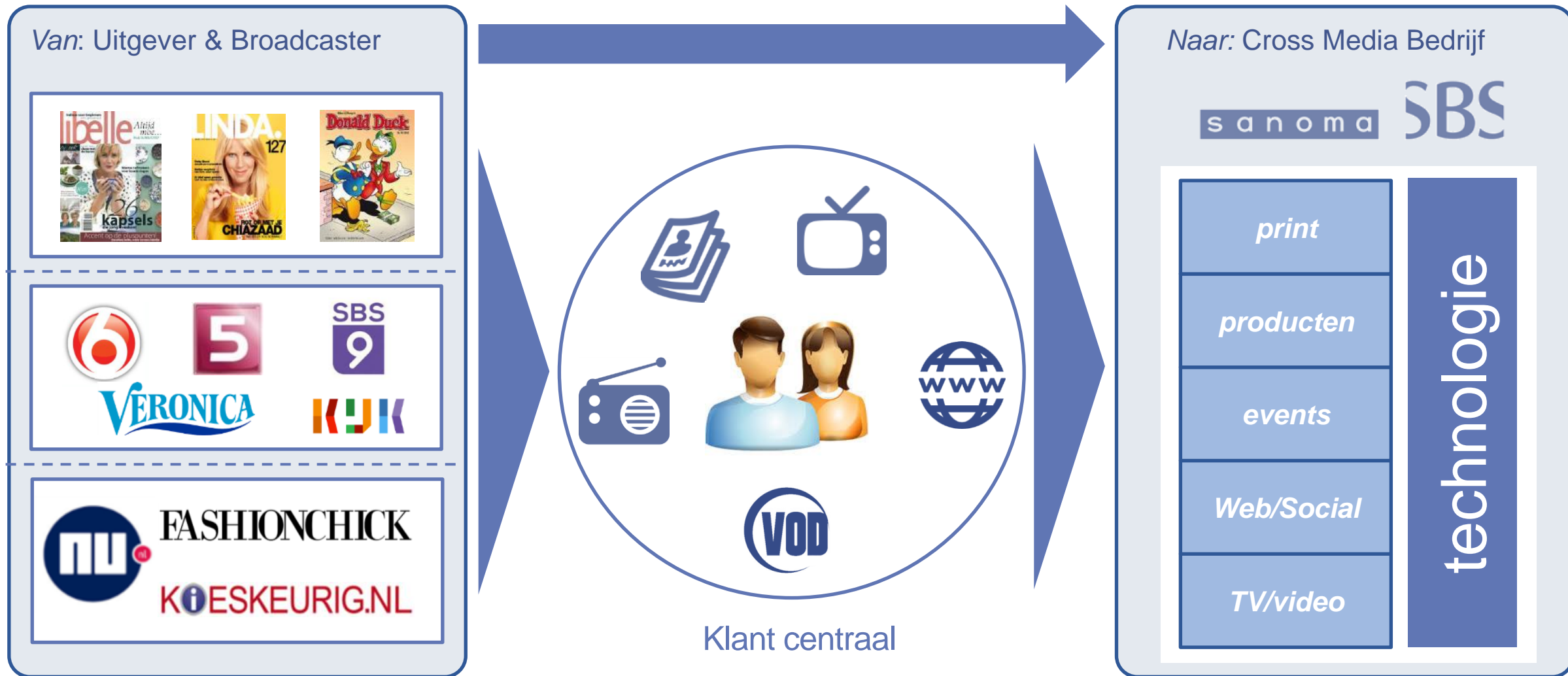
	   	   MAMA libelle FASHIONCHICK marie claire  LINDA.	  EEN VROLIJK WEEKBLAD FASHIONISTA	  	MEN TODAY            
Automotive	News & entertainment	Vrouwen	Kids & Teens	Home Deco	
 	    	VIVA flow GRAZIA  NOUVEAU  FLAIR Ouders van nu Margriet  HAPPY in SHAPE	TINA   	vtwonen EIGEN HUIS & INTERIEUR   	

Data strategie

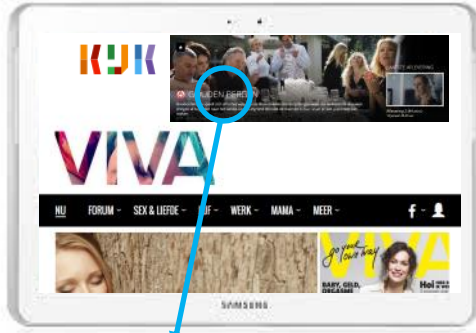
Sanoma's speelveld in het bereiken van de klant verandert



In deze nieuwe wereld werkt Sanoma aan een toekomstbestendig cross mediabedrijf



Onze visie: Dag in het leven van Louise



Kijkt TV: tablet



Aanbeveling om te kijken naar "Gouden bergen" op Kijk.nl na Danni Lowinski (alternatief: koop DVD box vorige seizoen Danni Lowinski)



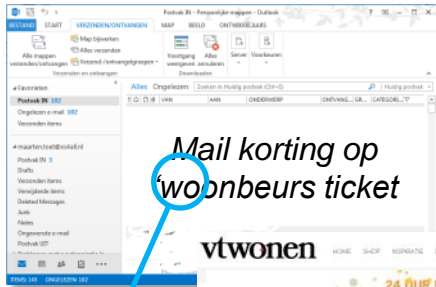
Volgende dag:
Aanbod voor VIVA
abonnement

MIDNIGHT



Gepersonaliseerd
regionaal nieuws

Bij thuiskomst: laptop



Mail korting op
woonbeurs ticket

Retarget fashionchick banner:
Klikt op banner en koopt product

Klikt op mail
en gaat naar
website en
koopt kaartjes



Louise

- 36 jaar
- Louise@wnoit.nl
- 06 12345678
- Deventer
- vtwonen abonnement
- Credit card 12345

Interesses:

- Mode
- Home Deco
- Entertainment

Opstaan: mobiel

Gepersonaliseerde content



Pretarget fashionchick content



Lunch: desktop

BtB propositie

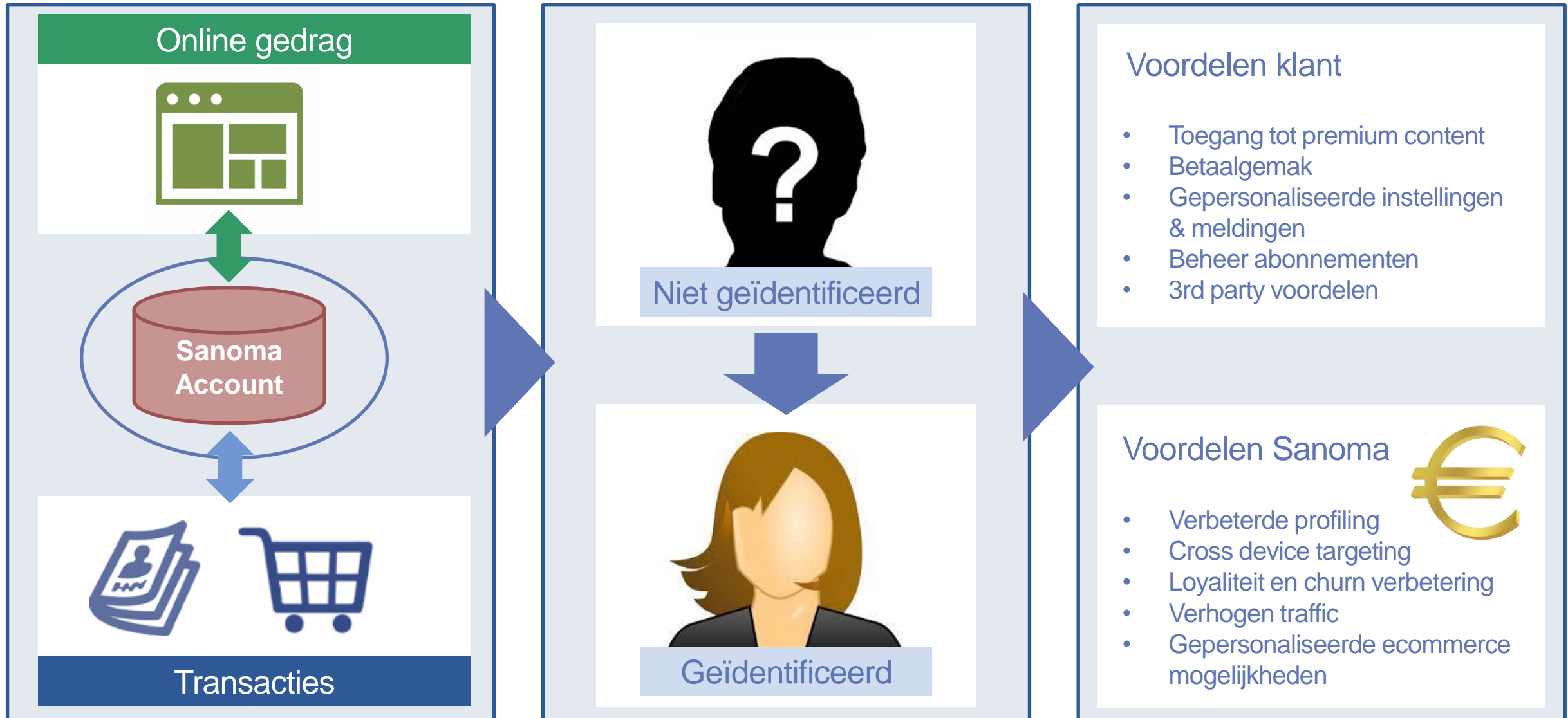


Plaatst bericht op
VIVA forum over
"Gouden bergen"

Investeren in data/analytics essentieel voor realisatie strategie



Sanoma Account is de 'lijm' van de strategie



Doelstellingen van ons Big Data Programma

1

Het enorme bereik van Sanoma SBS op individueel niveau inzetten door personalisatie van content en marketing

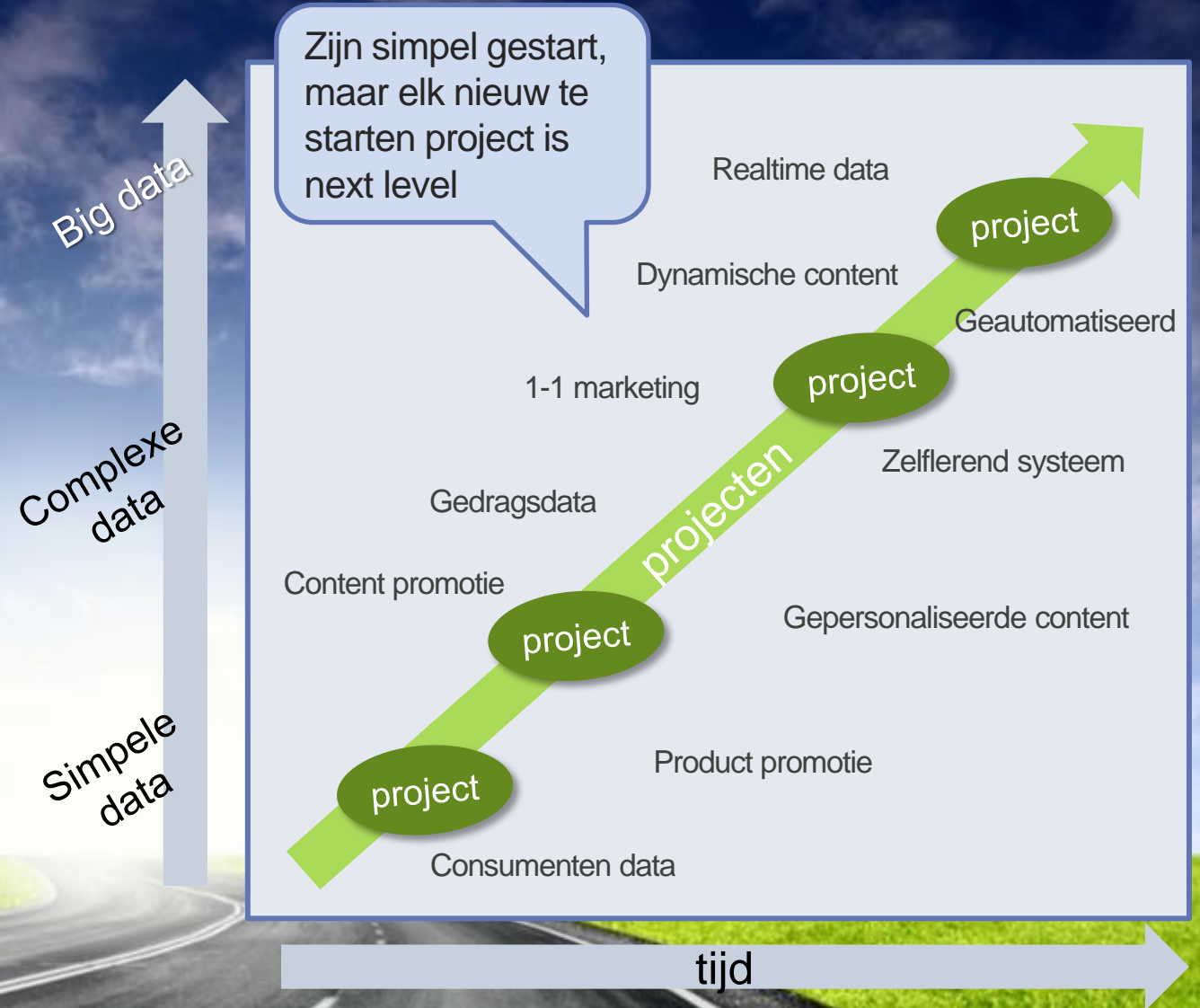
2

Ontwikkelen van use cases, die schaalbaar en uit te rollen zijn over alle merken en kanalen

3

Uitrollen van de succesvolle use cases en hier geld mee verdienen

(Big) data roadmap van Sanoma/SBS



Aanpak

Onze inspiratie: Obama's Big Data won de VS verkiezing 2012



[Rayid Ghani](#)

Chief Data Scientist, Obama voor America

'We found it was important not to start with the data (looking for patterns), but to start with carefully thought-out "business" questions.'

We embedded analytics into every function in the campaign, from fundraising, to recruiting, to mobilizing volunteers and persuading voters.

We worked with all channels—messaging, polling, social media, and TV and online advertisement—and helped every campaign department use data more effectively across these touch-points to personalize all communications and increase their relevance.'

Elk project start met duidelijke use case & waarde propositie

Big Data gebruik

Koppelen merken en kanalen



Slimme algoritmes en combineren van data leidt tot nieuwe inzichten



Personaliseer content en aanbiedingen



Creëer waarde voor de klant

Ontvang juiste content en aanbiedingen



Juiste tijd, kanaal en plaats



Zoek en target specifieke klanten in het gehele netwerk van Sanoma SBS



Creëer waarde voor Sanoma SBS

Verhoging van de omzet



Verhoging engagement



Efficiency en verlagen kosten



Elk project start met een pizza sessie...



Elk project heeft een duidelijke 'business owner'

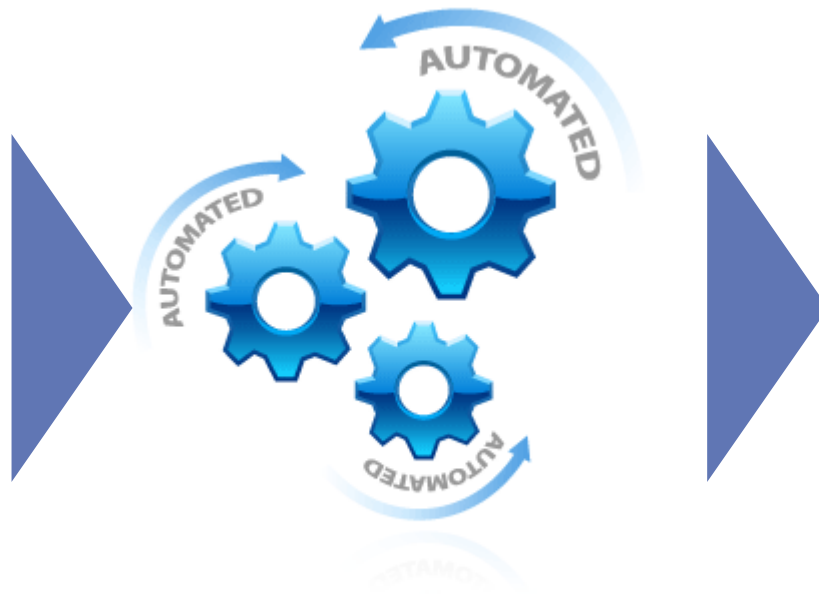
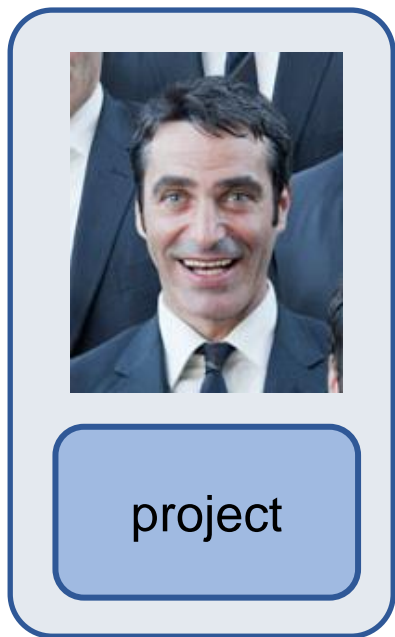


"What's in it
for me?"

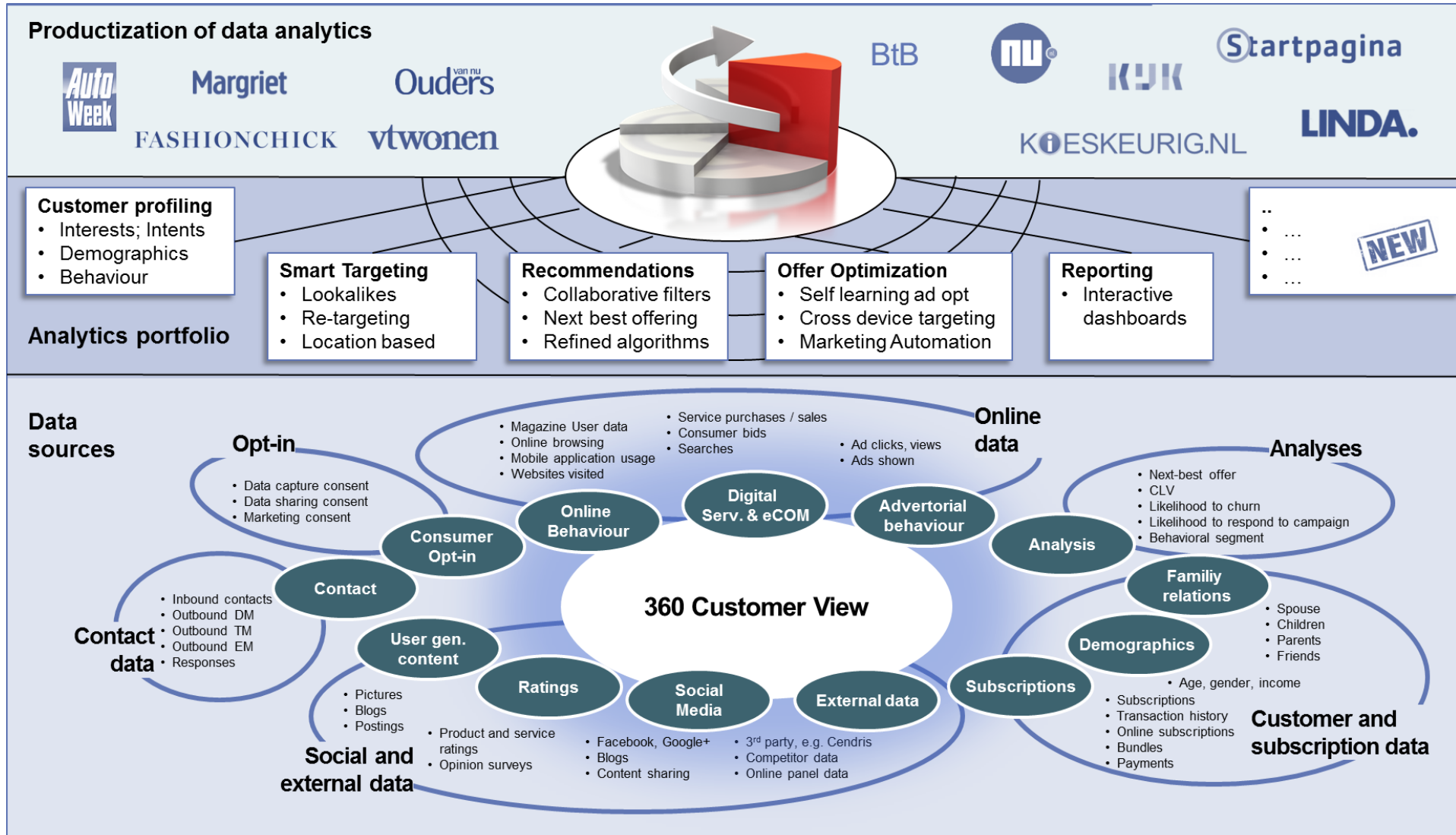
Slimme pilots leiden tot 'requirements' en slim investeren



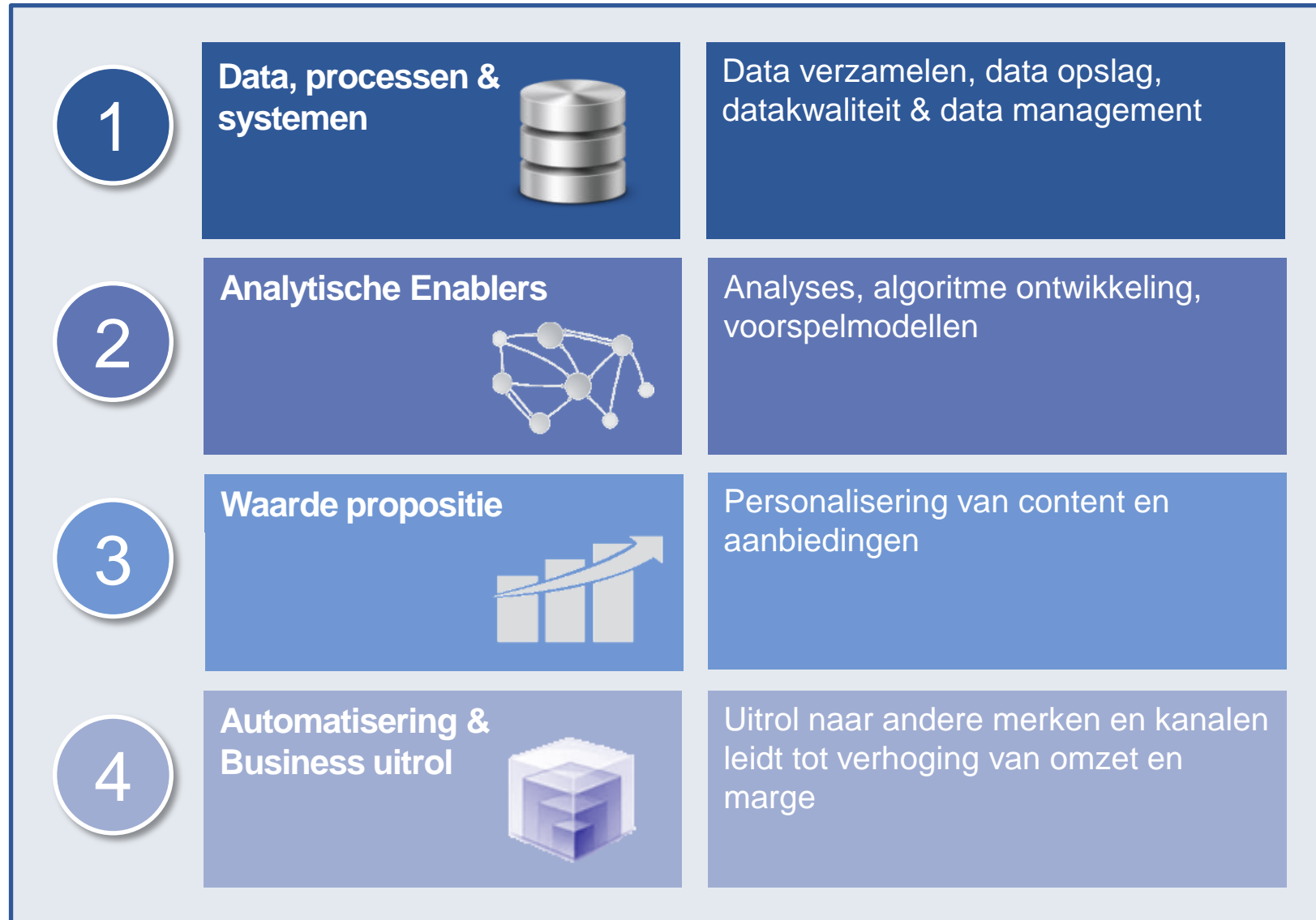
Alleen projecten die we kunnen automatiseren en waar we schaalbaarheid kunnen bereiken worden geïmplementeerd



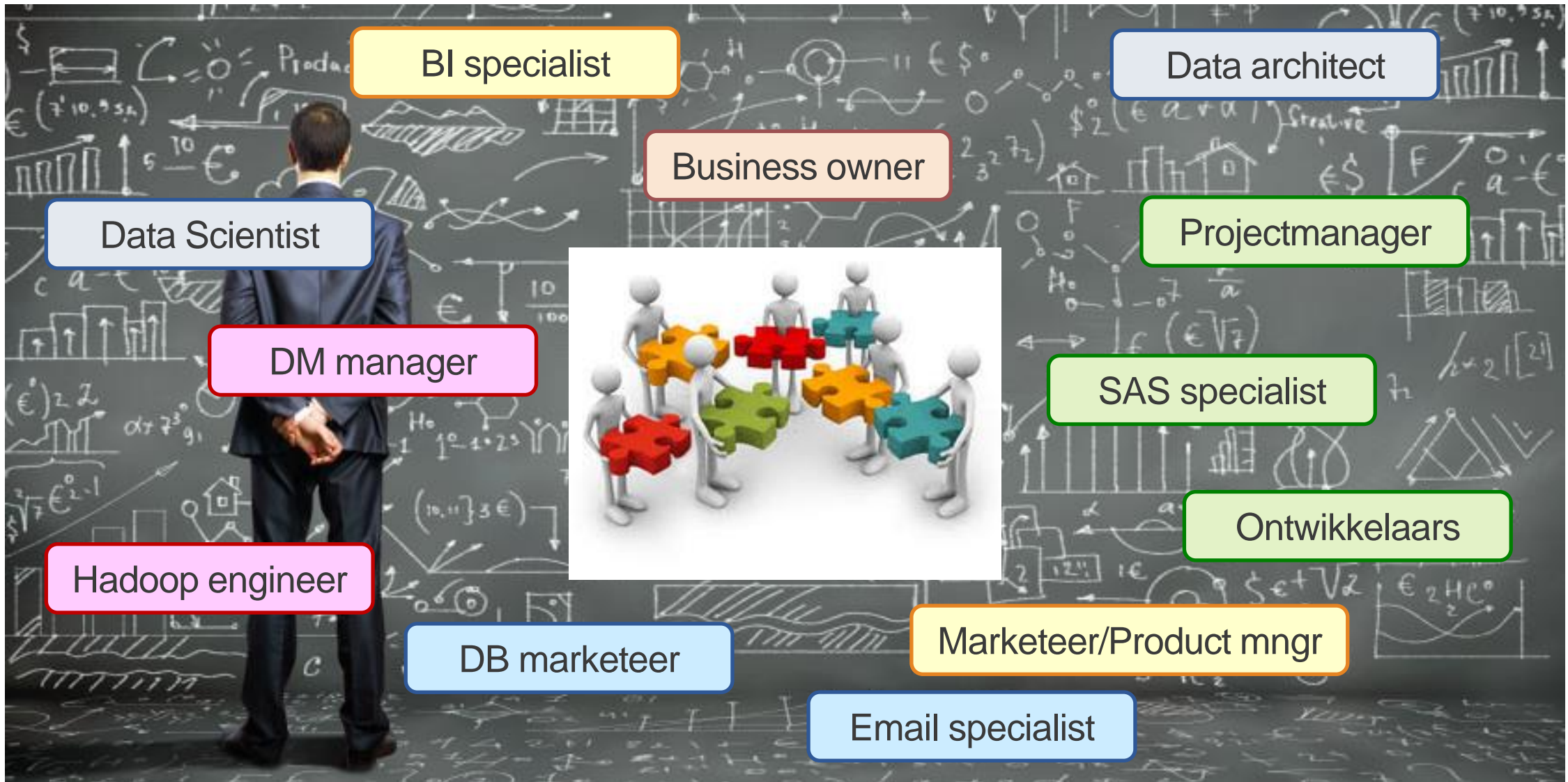
Dit doen we door geautomatiseerde analyse producten te ontwikkelen die bij merken en adverteerders zijn uit te rollen



Projecten worden end-to-end geïmplementeerd



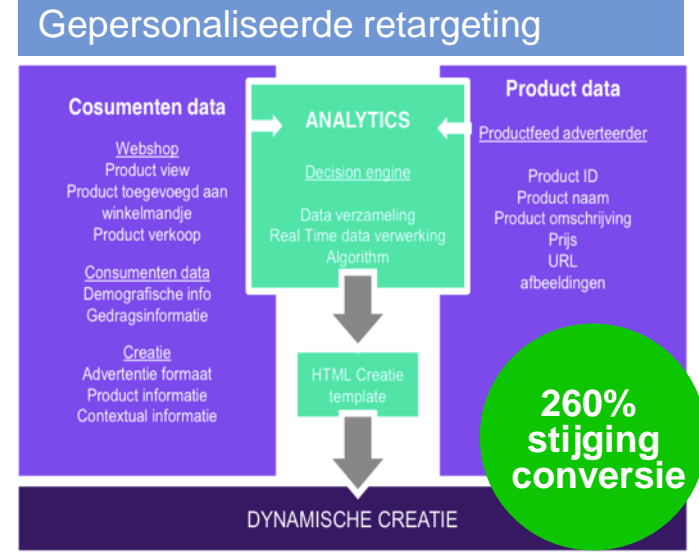
Voor elk project wordt een multidisciplinair team samengesteld met brede kennis en vaardigheden



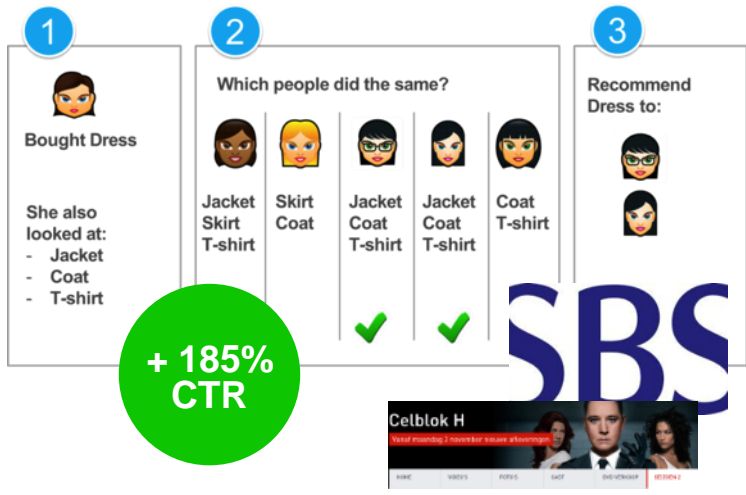
Resultaten

Verschillende big data technieken ontwikkeld en getest

- 1 Datagebruik uit totale Sanoma netwerk
- 2 Ontwikkelen van 'aanbevelingen' met behulp van slimme algoritmes
- 3 Personaliseer content en aanbiedingen
- 4 Test en creëer oplossingen voor uitrol



Similar audiences



- ### Theorie van overtuigen van R.Cialdini
1. Reciprocity
 2. Consistency
 3. Social proof
 4. Authority
 5. Liking
 6. Scarcity
- A yellow circle indicates **Geen Significante uplift**.
- FASHIONCHICK**



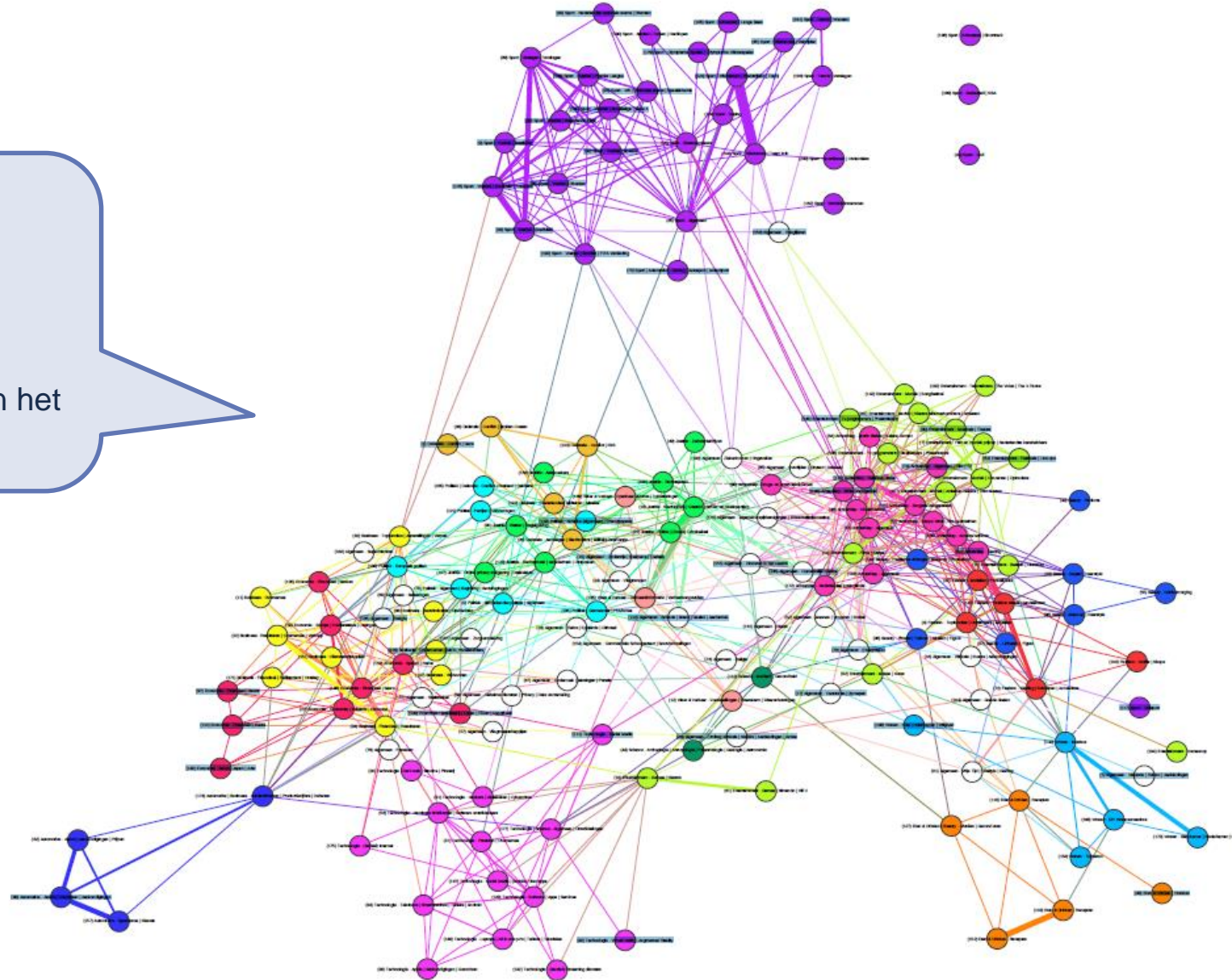
Met het innovatieve 'Topic model' wordt het leesgedrag van bezoekers aan het Sanoma netwerk geanalyseerd

Brondata:

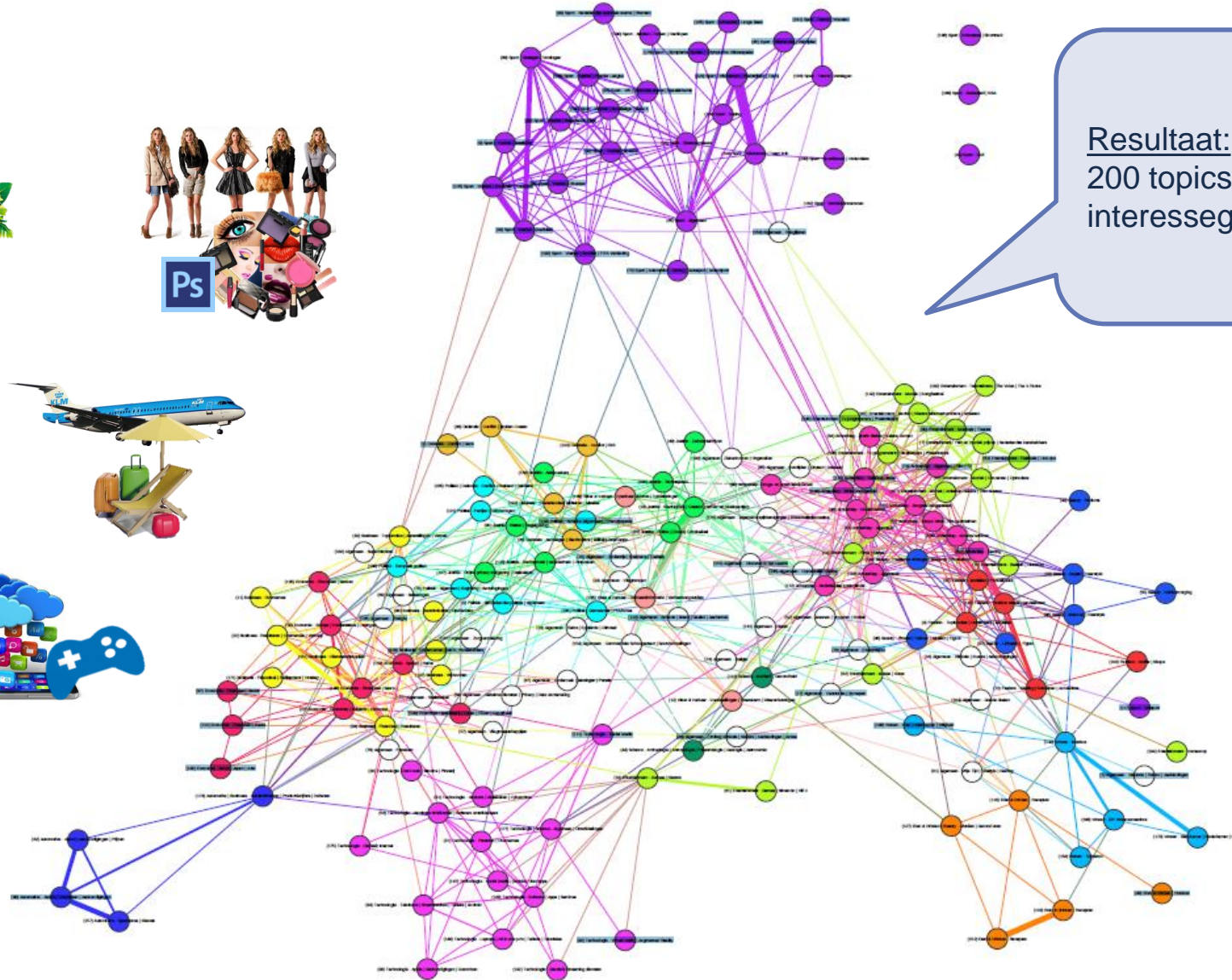
- >300.000 artikelen

Techniek:

- Natural Language Processing
- Continu testen, validatie (o.b.v. onderzoek) en optimaliseren van het model

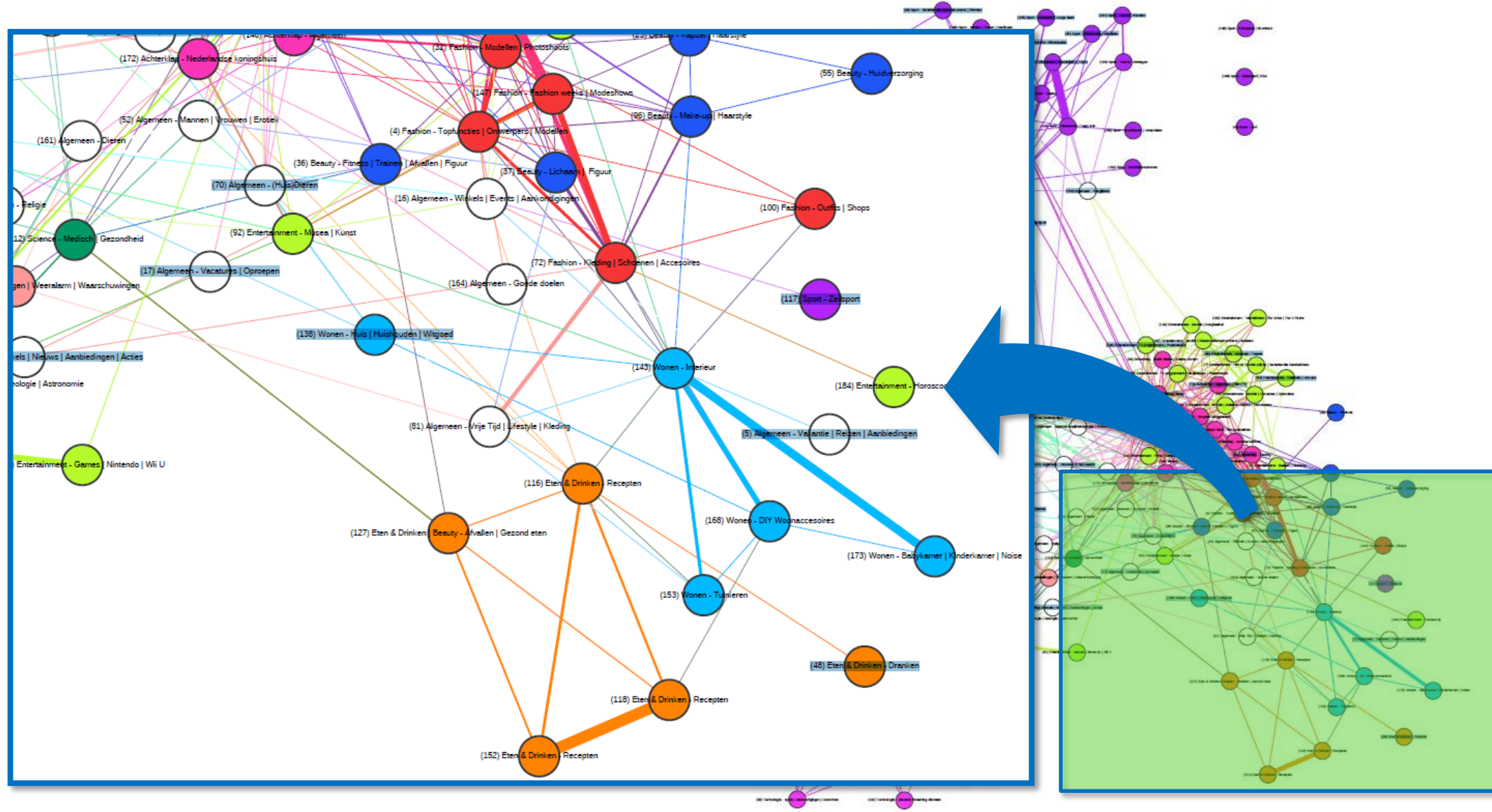


Hierdoor kan elke bezoeker worden ingedeeld in één of meerdere interessegroepen



Resultaat:
200 topics, ingedeeld in
interessegroepen

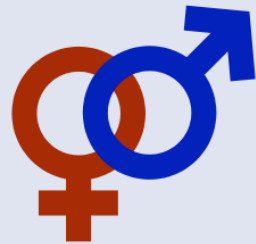
Van elke bezoeker kan bv worden bepaald of deze interesse heeft in wonen



Het topic model kan op basis van het leesgedrag van een bezoeker ook leeftijd en geslacht voorspellen

Voorspelkracht

- geslacht: **85%**



- leeftijd: tot **74%**



Toepassing

- Content en aanbiedingen personaliseren o.b.v. interesse- en socio-demografische profielen
- Sales propositie BtB
- Op web en mobiel te gebruiken

We creëren schaalvoordelen door de succesvolle big data technieken uit te rollen voor heel Sanoma, o.a. bij vtwonen

WIN EEN VTWONEN VOORJAARS HUIS

21
MAART

vtwonen.nl



Even ruim een half jaar
terug in de tijd...

Om het data denken aangewakkerd te krijgen, zijn we klein begonnen met een data driven campagne

Gratis 90 dagen retour • voor 22:00 uur besteld, morgen in huis! • Gratis verzending boven € 50,-

vtwonen

HOME SHOP INSPIRATIE BINNENKIJKEN DIY MAGAZIN

wonen meubels koken en tafelen tuin en terras cadeaus vtwonen collectie sale

inschrijven

Speluitleg

21 MAART NOG 4 DAGEN

Login

Facebook

via email

uw email

Campagne concept

- Vul je winkelmandje met producten met een totale waarde van exact € 10.000,-
- Hiervoor heb je 24 uur, op 21 Maart 2015 (Lente)
- Registreer je vanaf 10 dagen voor de actie

Inzet campagne middelen

- TV, Radio, Print, online display, prerolls, PR, social
- Data gedreven: email, nieuwsbrieven, banners



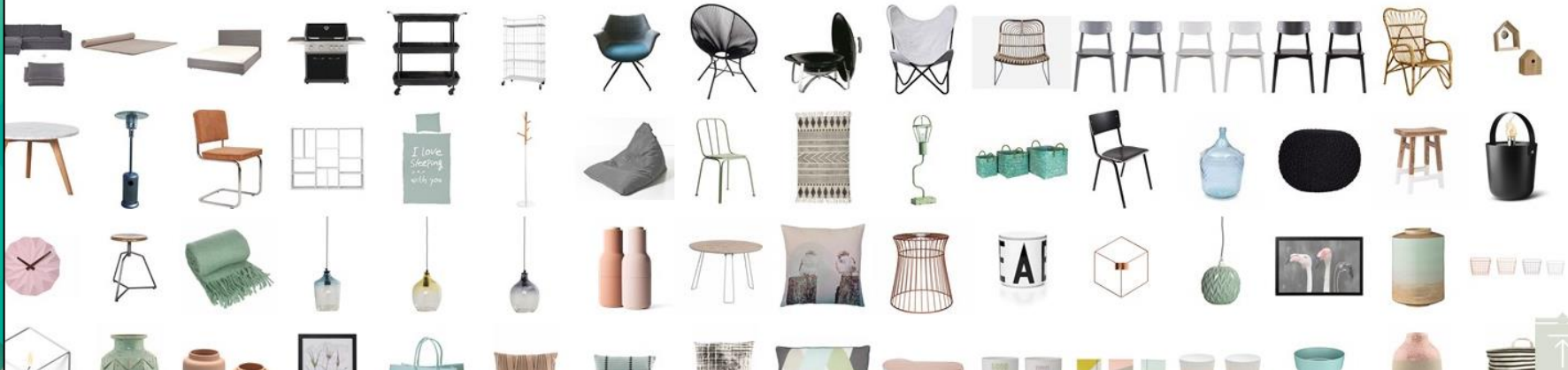
winnaar voorjaarshuis

HET VOORJAARSHUIS VAN **CAROLIEN**

Carolien uit Groningen is de gelukkige winnaar van onze 'win een voorjaarshuis-actie'. Hieronder kun je haar inzending bekijken. Carolien heeft alle woonspullen uit haar voorjaarshuis t.w.v. 10.000 euro gewonnen plus een stylingadvies. Uiteraard gaan we het resultaat hiervan nog met jullie delen.

bedrag huis: **€ 10.000,-**

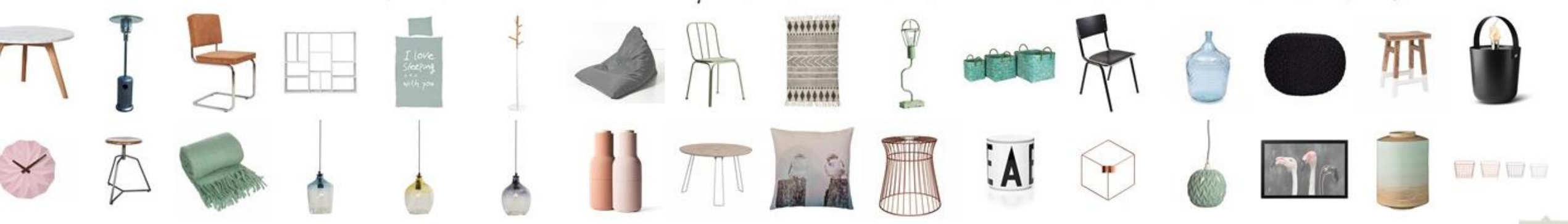
delen



Indrukwekkende getallen:

- 31.271 geregistreerde accounts met opt-in
- 26.468 totaal nieuwe accounts voor vtwonen.nl
- 15.150 deelnemers deden mee met een volledige wensenlijst
- Gegengereerde opbrengsten van **€ 195.000.000,-** in 1 dag!

21
MAART



- | | |
|--|-------|
| 1. Zuiver High On Wood Kast | 2.200 |
| 2. vtwonen bed Feston | 2.062 |
| 3. BePureHome Oldschool Houten Halbank | 1.823 |
| 4. Bloomingville Kleed Schapenvel | 1.608 |
| 5. vtwonen Dresser Kledingrek – Wit | 1.601 |
| 6. Stadler Form Otto Ventilator – Hout | 1.315 |
| 7. vtwonen Stock Trolley Large Wit - Metaal/Hout | 1.310 |
| 8. vtwonen Bed Flower – gestoffeerd | 1.296 |
| 9. Dutchbone Kapal Eettafel - 200 x 90 cm | 1.286 |
| 10. vtwonen Junior Store Opbergbank - Hertog Grijs | 1.250 |



Data gebruik heeft het aantal deelnemers met 39% verhoogd

Business as usual

Massa mediale campagne



Above-the-line campagne
(TV, Radio, Abri, Print, Online display)

&

Big Data & analytics

Analytics gedreven 1 op 1 campagne

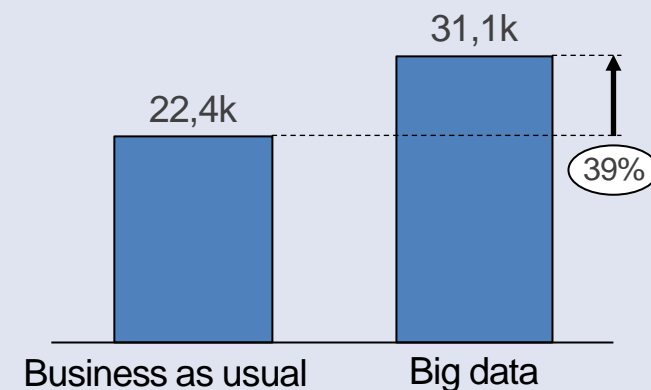


1-op-1 emailing en bannering op specifieke
doelgroepen (similar audiences)

=

Resultaat 

Deelnemers vtwonen voorjaarscampagne (#)

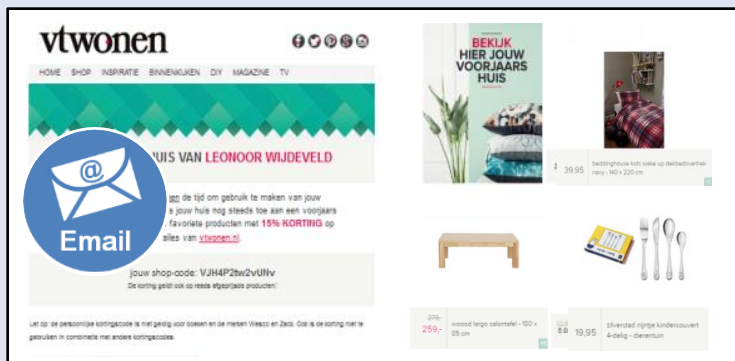


Erg hoge conversies, met name op
doelgroep "identical twins"

Omzetverhoging van 24% door personalisatie van product suggesties

Business as usual

Vaste product suggesties

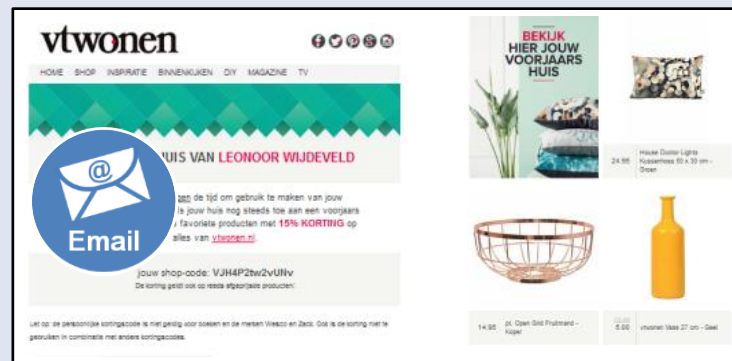


Generieke emails:
één versie voor allen

&

Big Data & analytics

Data gedreven product suggesties

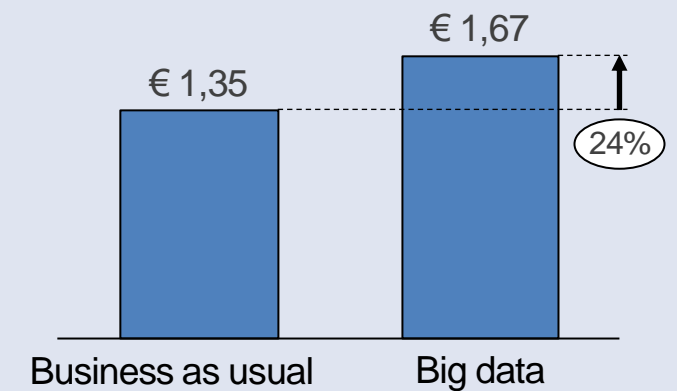


Dynamische emails: suggesties
gebaseerd op individueel winkelgedrag

=

Resultaat  vtwonen

Omzet per email prospect (€)



Additioneel 24% verkoopomzet vanuit
persoonlijke product suggesties

Vervolgens
14 andere
Big Data
initiatieven
geïdentificeerd
en opgepakt

Genereren van traffic

Verhogen relevant verkeer naar de vtwonen website/shop

3 Initiatieven,
potentiële omzet
~ € 120k per jaar

1

Web funnel optimalisatie

Verhogen engagement vtwonen bezoekers

4 Initiatieven,
potentiële omzet
~ € 195k per jaar

2

vtwonen

14 initiatieven, potentiële omzetstijging € 1,6 M

4

5 Initiatieven,
potentiële omzet
~ € 205k per jaar

3

4 Initiatieven,
potentiële omzet
~ € 1.080k per jaar

Retargetting & Loyalty

Bezoekers verleiden tot terugkeer en up sell

Conversie optimalisatie

Converteren bezoekers naar vtwonen sales - trial

Collaborative filtering voor productsuggesties levert significante stijging in omzet op

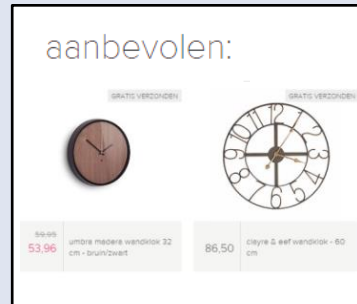
Business as usual

Voorbeeld vtwonen website aanbevelingen

Product waarop geklikt



Product suggesties

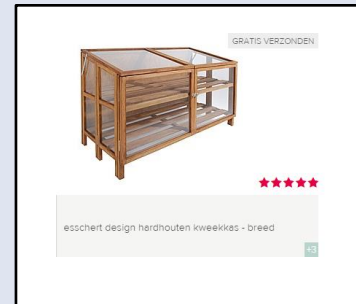


Producten in dezelfde categorie

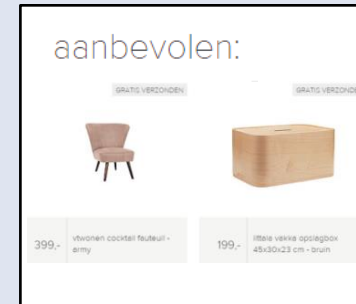
Big Data & analytics

Voorbeeld vtwonen website aanbevelingen

Product waarop geklikt



Product suggesties



“Andere mensen die dit product kochten, kochten ook deze producten”

Collaborative filtering voor content aanbevelingen ook succes

- Collaborative filtering is gebruikt voor aanbeveling van artikelen
- Tijdens A/B testing wordt dit vergeleken met 'business as usual': manuele tagging van artikelen



Après-schaatsfeest



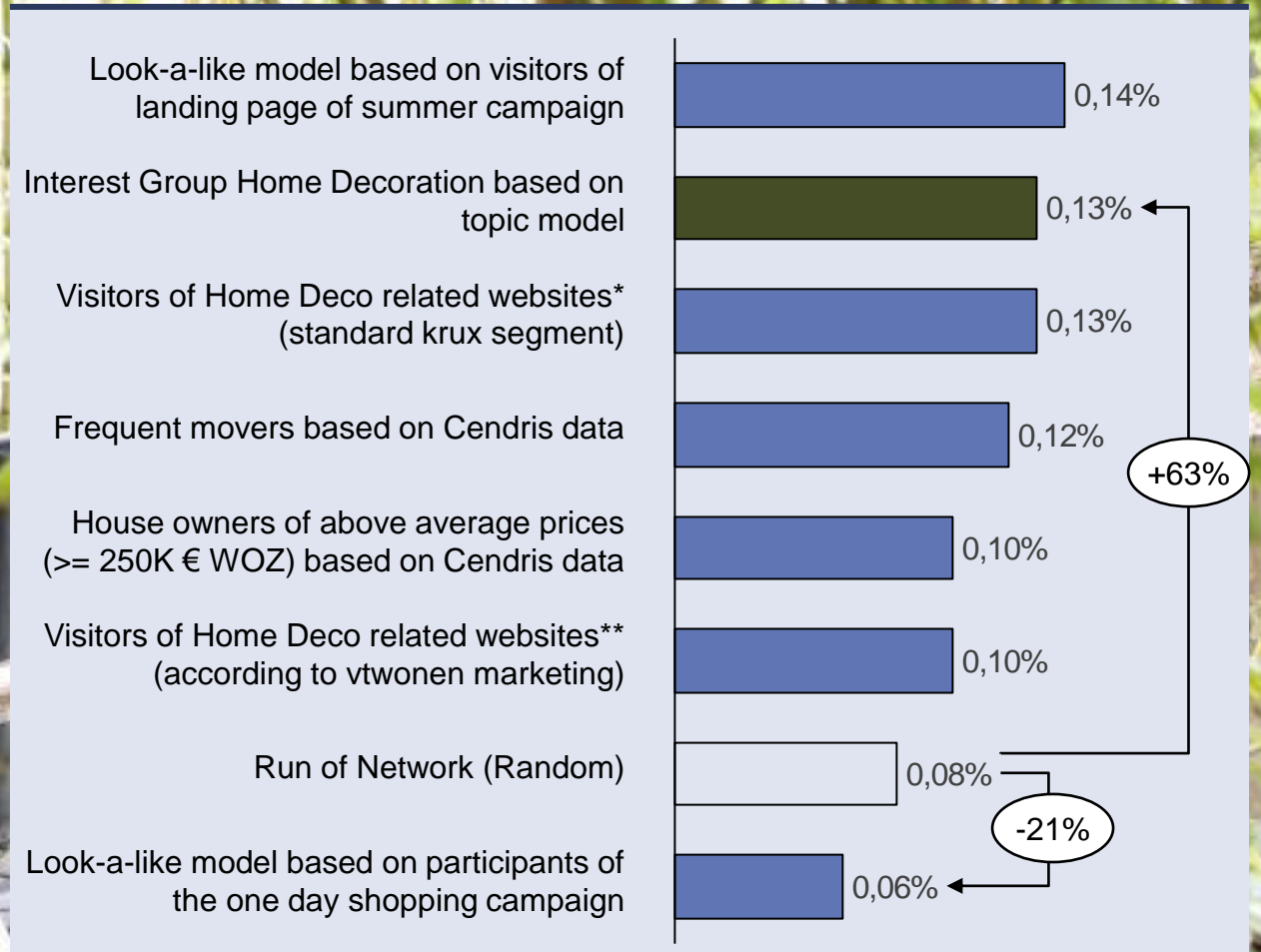
Winterse woonkamer



De 10 leukste cadeaus voor de feestdagen

Gebruik van het topic model leidt tot uplift van 63%

- Topic model is gebruikt om slim te segmenteren
- Tijdens de campagne worden diverse segmenten samengesteld en onderling vergeleken.



Het data denken begint steeds meer in onze genen te zitten

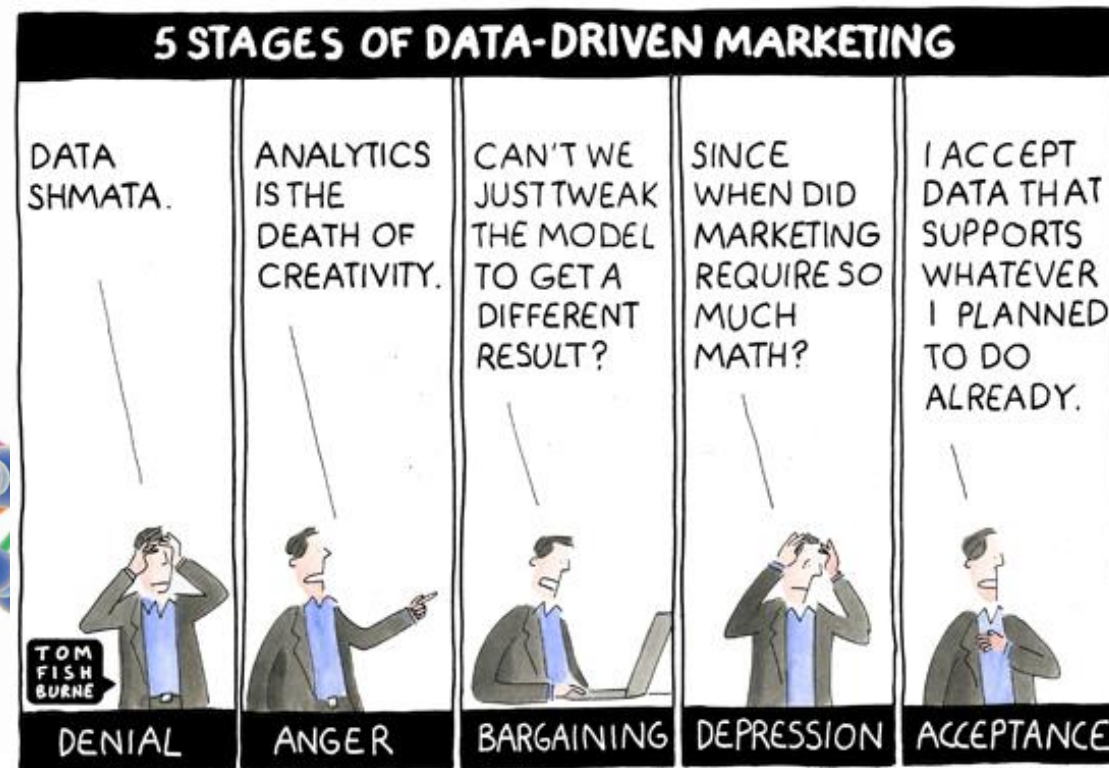
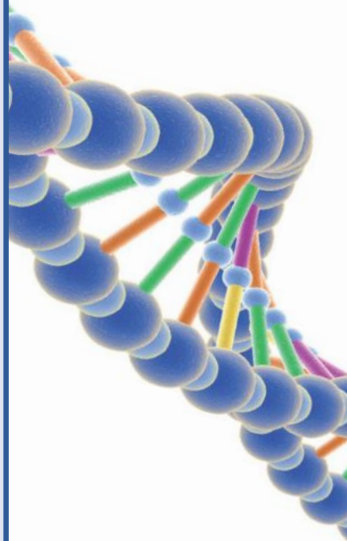
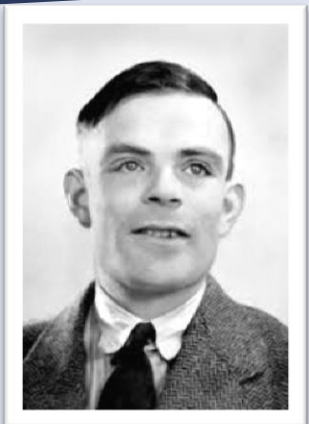
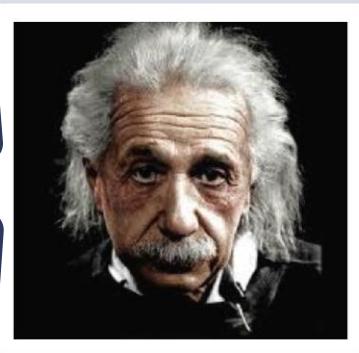
Afdeling CD&A

20 fte

Data Scientists

Data architecten

Ontwikkelaars



© marketoonist.com

Dataverzameling is een vast onderdeel geworden van het vtwonen concept en laat zien dat het ook echt leuk kan zijn!

vtwonen

VTWONEN WOONTEST

Welk woontype ben jij en welke stijl past daarbij? Bohemian of industrieel of... Met de woontestjes van vtwonen ontdek je meer over jezelf en je voorkeuren in en rondom je huis. Welke basiskleur geef je jouw huis bijvoorbeeld. De vragen zijn prikkelend, inspirerend en zetten je aan het denken. Bij iedere test krijg je een persoonlijke uitslag én tips en inspiratie om thuis zelf aan de slag te gaan. Ontdek meer over het woontype in jou en doe een van onze woontestjes. Veel plezier!



WAT VOOR EEN WOONTYPE BEN JE?

Je huis weerspiegelt wie je bent. Tenminste dat zou fijn zijn. Toch lukt dat niet altijd. Misschien omdat je het lastig vindt jouw persoonlijkheid om te...

NIEUW



WELK BBQ-TYPE BEN JIJ?

Stokbrood, salades en dipsausjes zijn lekker, maar het echte werk is toch wel de barbecue. De één weet net hoe hij een hamburger klaarmaakt, en...

NIEUW



WELK (BASIS)KLEURTYPE BEN JIJ?

Kleur is de basis van je huis. Het palet waarop je verder kunt inrichten. Het fijne aan kleur in huis, is dat je geen rekening hoeft te houden met wat jou...

3. aan welke tafel ontvang jij je gasten?



A



B



C



D





jij bent stoer

Je bent een stoer type. Ruwe bolster, blanke pit en recht door zee. Respect! Zoals jij zouden er meer moeten zijn, puur en authentiek. Dit zijn ook precies de elementen die jouw woonstijl het beste omschrijven. Jouw hart gaat sneller kloppen van ruwe en natuurlijke materialen, oorspronkelijke details en ambacht. Het mag groots en met een rauw randje. Dat vind je veel spannender dan als het allemaal bedacht en bij elkaar gezocht is. Het liefste ontwerp je dan ook zelf. De woonstijl die goed bij je past is industrieel.

Kleuren: zwart-, wit- en grijs tinten, legergroen en felgekleurde accenten. Vormen: strak, ruw. **Materialen:** metaal, beton, canvas en hout. **Dessins:** grafische dessins als letters, typografieën en stempels. Kijk in [onze shop](#) voor producten die bij een industriële woonstijl passen.



Samengevat Home Deco successen

Omzet
big data
initiatieven

Jaarlijkse verhoging van de omzet o.b.v. gepersonaliseerde aanbiedingen en content

+ € 1,5M

Aanvullende
doelgroepen
*look-a-like
modelling*

Extra deelnemers dankzij analytics in gerichte campagnes

+39%

Personaliseren
emails
shopping analytics

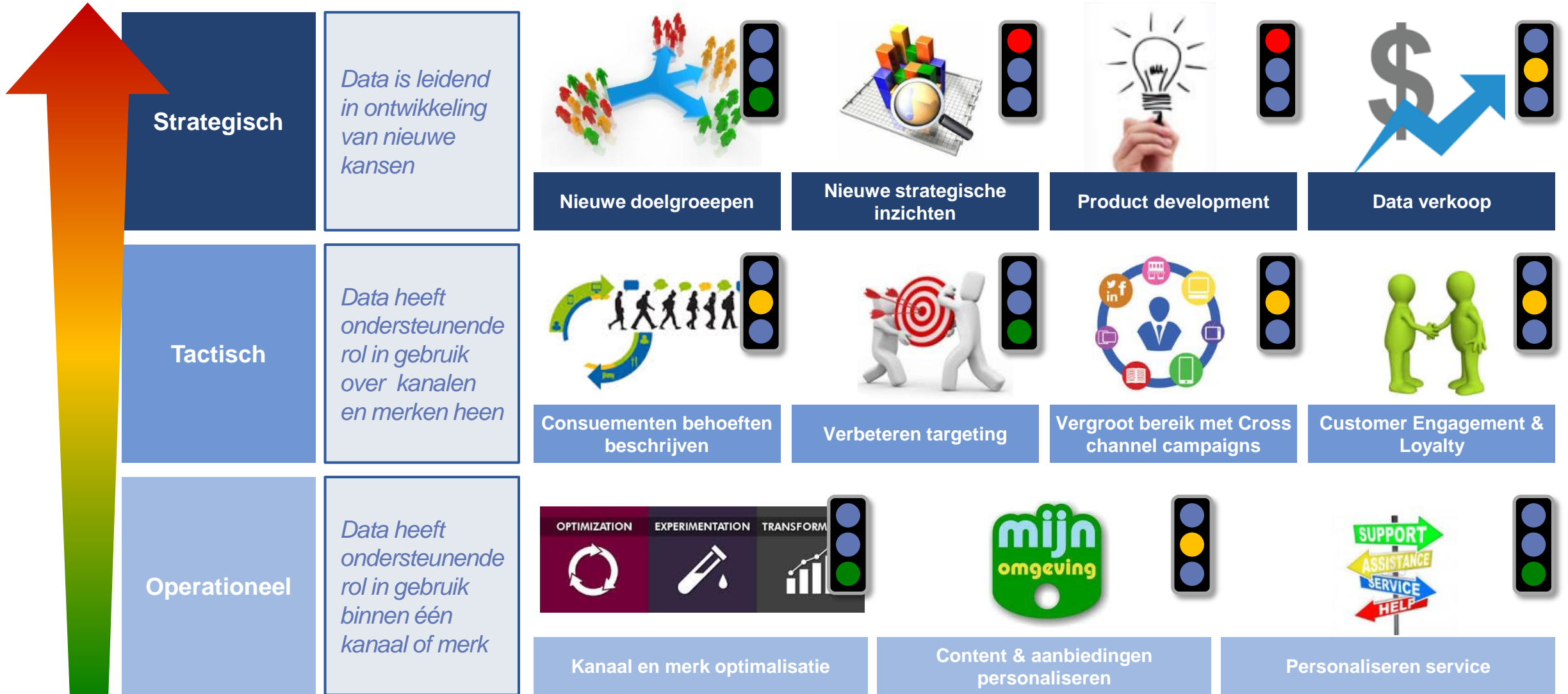
Verhoogde omzet door persoonlijk productsuggesties in email campagne

+24%

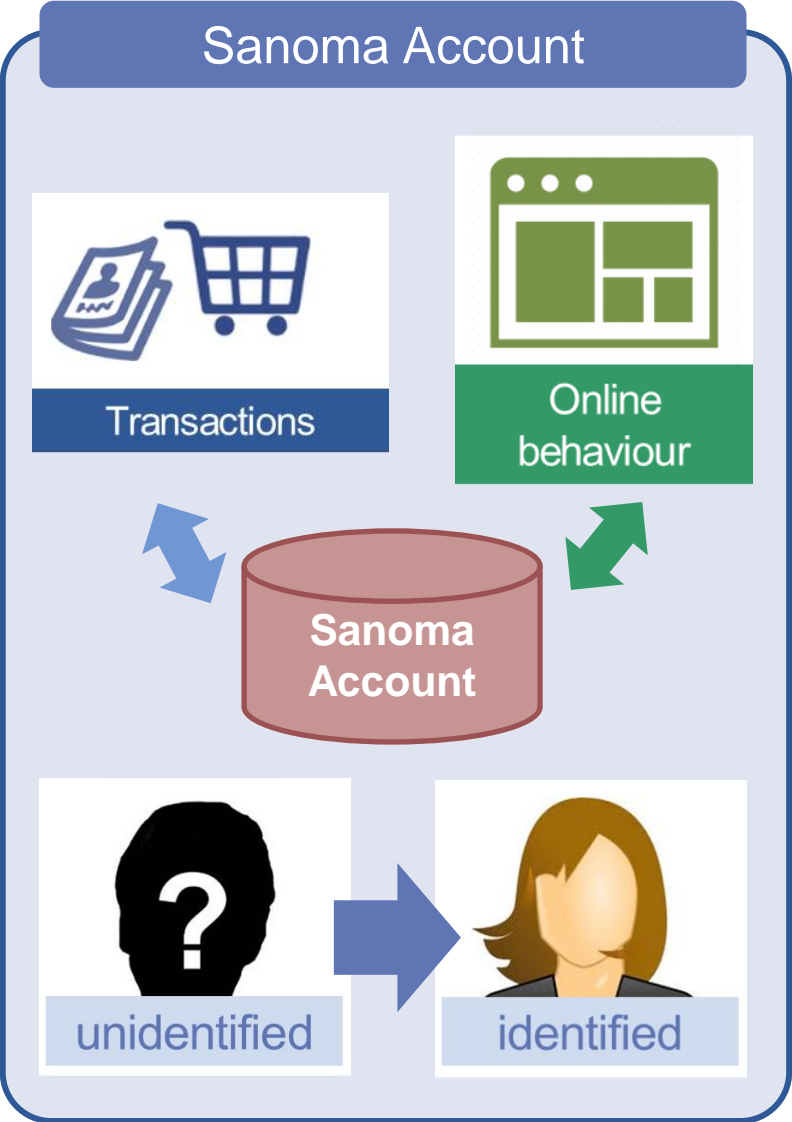
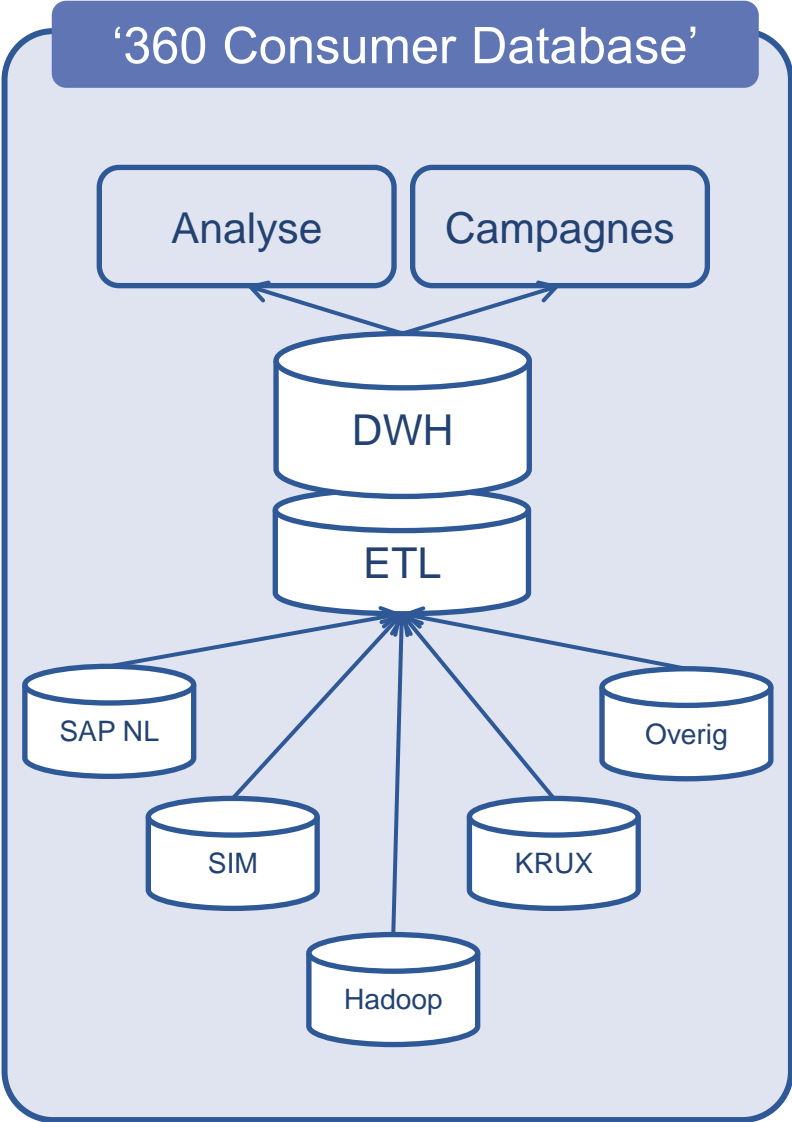
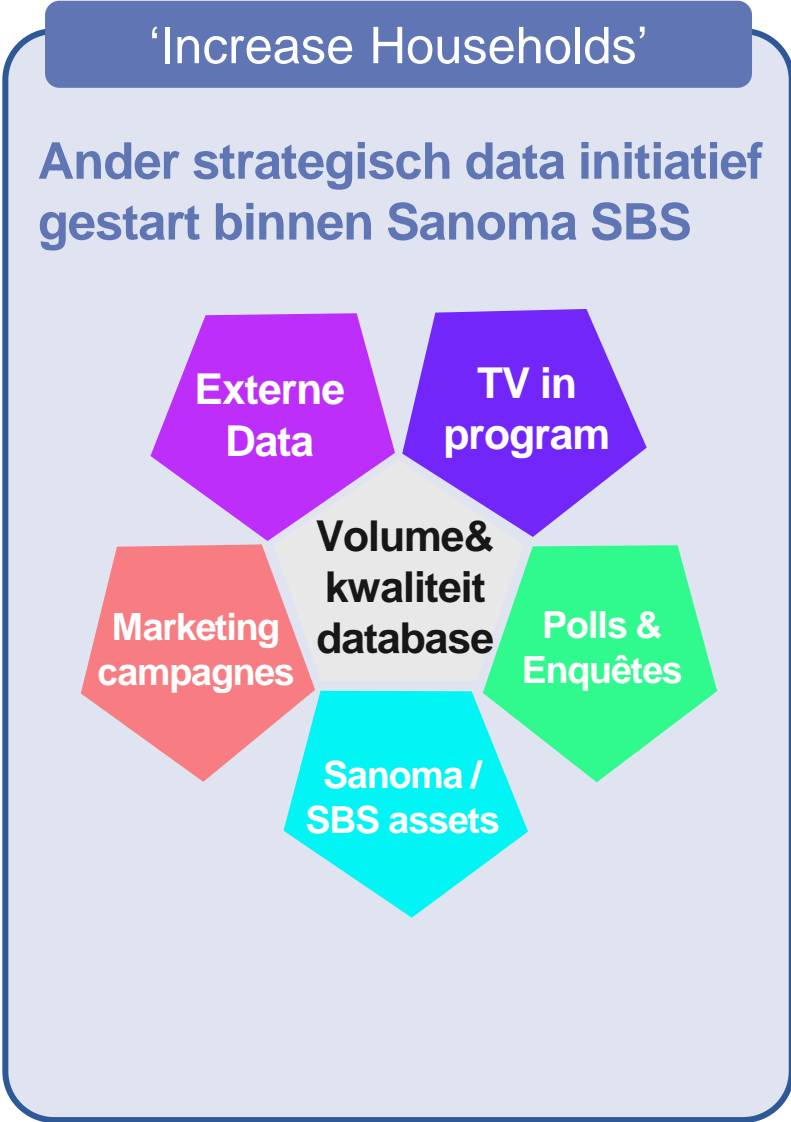


Wat heeft het ook opgeleverd?

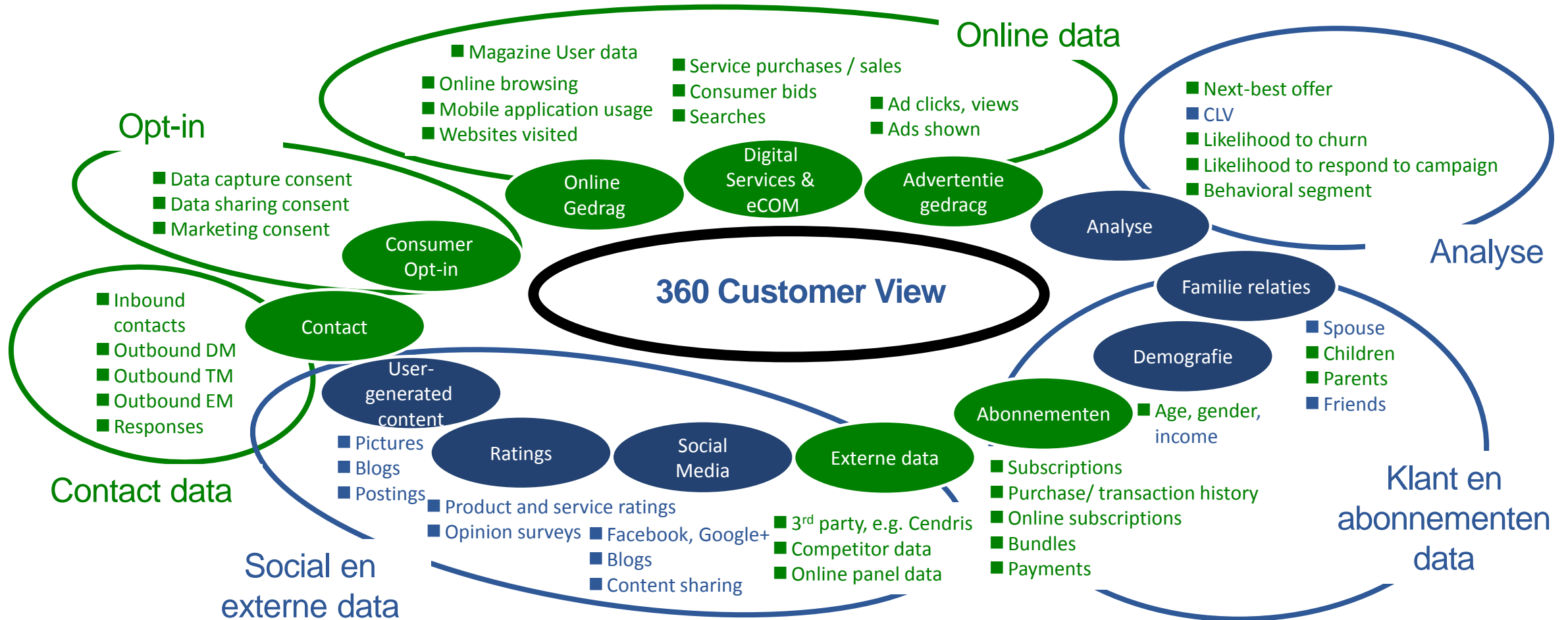
We zijn data echt op een ander niveau gaan gebruiken



Datakwaliteit heeft structurele aandacht binnen Sanoma SBS



Aantal gebruikte databronnen wordt steeds verder uitgebreid



Governance en privacy krijgen speciale aandacht: Privacy champions benoemd binnen de business

Beleid

- Definiëren Sanoma's key privacy principles
- Implementeer Governance model
- Speel een rol in belangenbehartiging van de bedrijfstak

Richtlijnen, procedures en enablers

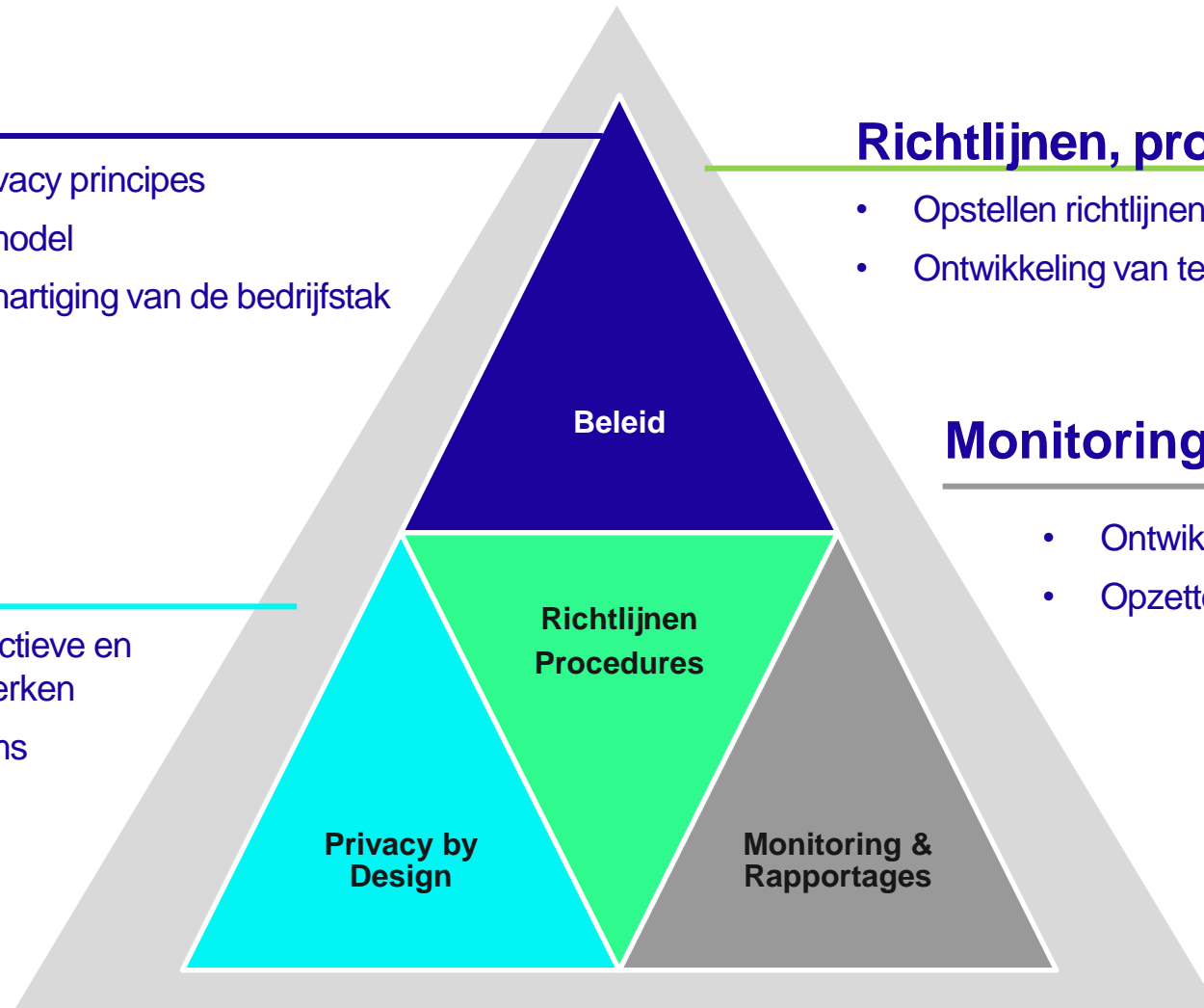
- Opstellen richtlijnen en procedures
- Ontwikkeling van technische/operationele enablers

'Privacy by Design'

- Ontwikkeling van een proactieve en interactieve manier van werken
- Training & awareness teams

Monitoring & Rapportage

- Ontwikkeling van controle mechanismen
- Opzetten rapportages



Samengevat

5 belangrijke inzichten

1

Zonder business(problemen)
geen projecten

2

Maak de CxO een 'believer' en
zorg voor sponsors in business

3

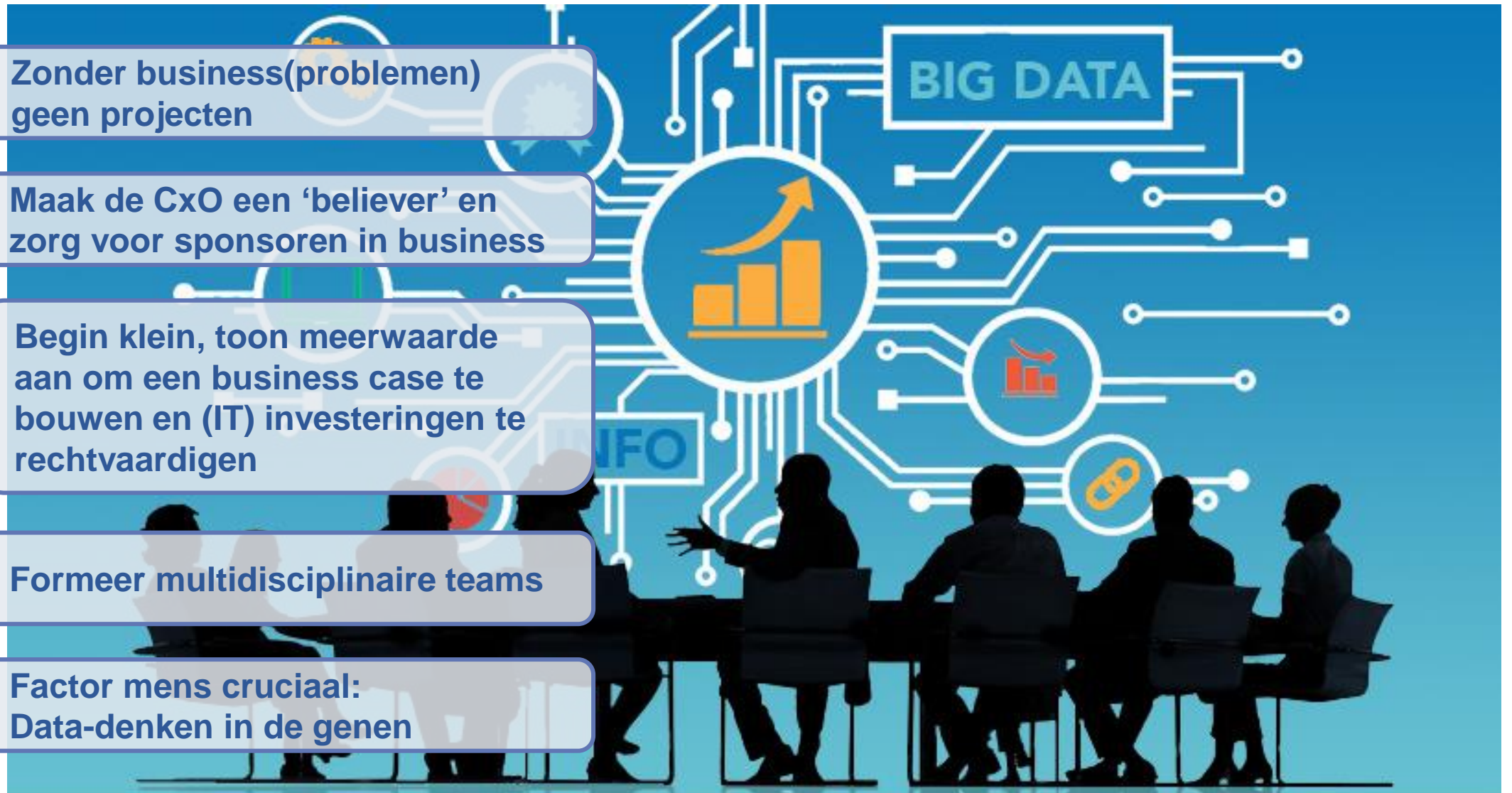
Begin klein, toon meerwaarde
aan om een business case te
bouwen en (IT) investeringen te
rechtvaardigen

4

Formeer multidisciplinaire teams

5

Factor mens cruciaal:
Data-denken in de genen



De successen van ons Big Data Programma

1

Het enorme bereik van Sanoma SBS op individueel niveau inzetten door personalisatie van content en marketing



2

Ontwikkelen van use cases, die schaalbaar en uit te rollen zijn over alle merken en kanalen



3

Uitrollen van de succesvolle use cases en hier geld mee verdienen

