

Digitale marketing in een veranderende wereld

Gastcollege door Liesbeth Nizet (De Standaard)

Van product naar merk



Binnenste cirkel (core)

= **krant** (online/offline)

Cirkel verder uit

- ✓ **magazine**
 - aantrekkelijker dan een krant → trekt meer mensen aan
 - wordt de hele week door gelezen
 - mensen lokken voor abonnementen
 - adverteerders hebben liever een tof designstuk i.p.v. een opiniestuk
- ✓ **website en sociale media**
 - meer vrijheid, dus de mogelijkheid om iets losser nieuws te brengen
- ✓ **evenementen**
 - al van jongs af aan voeling creëren met het merk, tonen wat ze te bieden hebben
 - bv. Het Grootste Licht (quiz in Gent), De Nacht Van De Standaard (evenement met lezingen, filmpremière, afterparty, etc.)

Buitenste rand

- ✓ **webshop** (andere kranten volgen)

Concurrenten

- ✓ weekbladen zoals Humo en Knack
- ✓ nieuwswebsites als De Redactie
- ✓ sociale media, blogs en websites als Reddit → iedereen is uitgever

Van publicaties naar continue nieuwsconsumptie



Niet meer alleen de krant lezen 's ochtends en 's avonds naar het nieuws kijken

→ je leest de hele dag door nieuws met je smartphone/tablet/pc

dsAvond (digitale editie) brengt het minder serieuze nieuws van doorheen de loop van de dag

→ nieuws van de dag bundelen i.p.v. de hele dag door het nieuws checken

Bereidheid te betalen

Te midden van al het gratis nieuws, moet je het waard maken om mensen te laten betalen voor een abonnement

Deurmateffect

Zelf naar de website surfen en de krant downloaden, in plaats van hem 's ochtends aan de deur geleverd te krijgen (van push naar pull)

Digitale marketing

- **display advertising:** het maken van reclame op internet met banners en eventueel tekstlinks.
- **targeted advertising:** een vorm van adverteren waarbij advertenties worden geplaatst die specifiek gericht zijn op consumenten, gebaseerd op kenmerken gerelateerd aan die consumenten, zoals demografie, koopgewoontes, of waargenomen gedrag.
 - Zoekmachines (seo – sea)
 - Sociale netwerken (al dan niet gesponserd)
 - E-mailmarketing
- **data driven marketing:** marketinginzichten en –beslissingen die voortkomen uit de analyse van bezoekersdata
 - gedrag van de websitebezoeker bestuderen: meer video's bekijken, nooit betalen of altijd betalende stukken lezen
 - trends detecteren op basis van analyticsdata
 - re-targeting: een artikel dat bekeken, maar niet gekocht werd op een regelmatige basis tonen als advertentie op andere websites
 - A/B-testing: af en toe iets klein aanpassen (bv. een woord in de slogan) en zien welke variant het beste resultaat levert
 - big data
- **content marketing:** een vorm van marketing waarbij het bieden van relevante informatie (content) voor de doelgroep centraal staat
 - video (meedoen met de rest, overal vind je video's)
 - blogging/vlogging
 - storytelling (doorlopend thema, moet op alle platformen getoond worden)
 - gamification

Uitdagingen

- ✓ activeren, incentiveren, faciliteiten (cadeaus en andere meerwaarden aanbieden, en zo aanzetten tot actie)
- ✓ innoveren, disruptief zijn (+ leren van andere bedrijven, ook niet-kranten)
- ✓ nieuwe media en technologieën
- ✓ ad-blocking, big data, privacy (hoe mee omgaan: hoe ver kan je gaan?)