Digitale media dragen substantieel bij aan bereik onder zakelijke beslissers

28-11-2012 08:27



Het onderzoek, uitgevoerd door Intomart GfK, levert naast bereikcijfers ook waardevolle informatie over het profiel van zakelijke beslissers. Zo zijn het intensieve smartphone gebruikers (67% vs. een landelijk

gemiddelde van 48%) en zijn ook tablets voor hen gemeengoed (34% vs. een landelijk gemiddelde van nog geen 25%). Het gebruik van social media is bij 70% van de zakelijke beslissers goed ingeburgerd.

Stichting DMS wil zich nog sterker ontwikkelen tot kenniscentrum op het gebied van zakelijke beslissers in Nederland. Het vernieuwde bereiksonderzoek is een eerste stap in deze richting. Daarnaast zal DMS kwalitatief onderzoek initiëren, desk research doen en kennissessies organiseren om de kennis over Nederlandse decision makers te vergroten en uit te dragen.

Onderzoeksresultaten 2013
Van de belangrijkste titels voor zakelijke beslissers wordt het titelbereik en het merkbereik gerapporteerd. Adverteerders, mediaplanners en exploitanten kunnen op basis van de data elke gewenste zakelijke doelgroep selecteren en ook op elk mediumtype afzonderlijk plannen.