DPG bundelt datadriven marketing

16-07-2019 09:20



DPG (voorheen De Persgroep) gaat haar datagedreven marketing verbeteren door alle databronnen te koppelen in één systeem. Daarmee beoogt DPG klanten een nog beter op maat gemaakt pakket aan abonnementen te kunnen aanbieden.

Op dit moment loopt er een proef met Krant.nl, maar op termijn zullen alle titels van DPG er gebruik van kunnen maken. Het programma gebruikt diverse databronnen van De Persgroep: abonnementsgegevens, maar ook de locatie waarop iemand de digitale producten gebruikt en gegevens over da mate waarin een abonnee al gebruik maakt van het productaanbod.

Meer bij Emerce.

Frank Veerkamp