

# Monsoon monitort marketing met nieuwe tool

02-02-2015 00:00

Kledingretailer Monsoon heeft een nieuw platform in de arm genomen om resultaten van zijn communicatiekanalen realtime inzichtelijk te maken. Met de Marketing Cadence Essential tool van ontwikkelaar Rakuten heeft de retailer direct zicht op het bereik van zijn kanalen.

De software stelt Monsoon in staat om doelstellingen aan hun kanalen te koppelen zodat zij die optimaal benutten. Daarbij kunnen zij hun kanalen op alle mogelijke manieren met elkaar vergelijken. Zo krijgen zij inzicht in welke communicatie aanslaat, welke dagen en tijdstippen het beste werken en waar hun communicatie het meeste bereik genereert.

In de afgelopen jaren zijn de uitgaven van ondernemingen aan digitale advertenties enorm toegenomen. Uit onderzoek van McKinsey & Company bleek dat dit in 2011 nog 32 miljard dollar (dertig miljard euro) was. Zij verwachten dat dit bedrag in 2017 bijna verdubbelt naar zestig miljard dollar. Uit hetzelfde onderzoek blijkt dat adverteerders nog twintig tot dertig procent meer kunnen bereiken met hun huidige digitale communicatie.