



Reken af met vragen als: Wie is nu precies mijn doelgroep? Waar vind ik ze? Hoe bereik ik ze? Hoe val ik op?

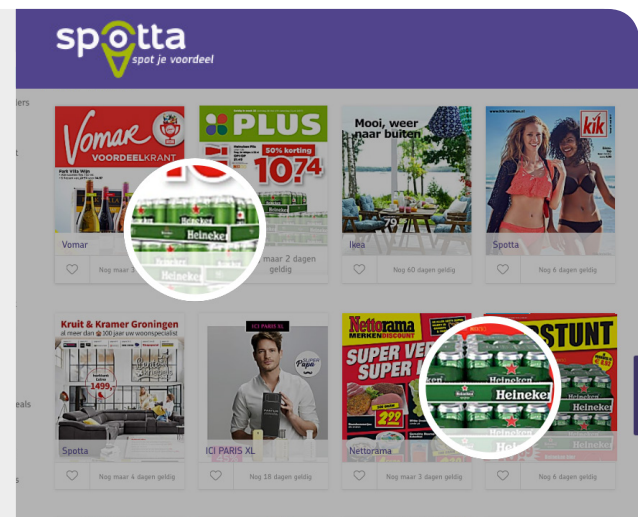
Volg de Spotta aanpak en samen identificeren en lokaliseren we je doelgroep. Samen bepalen we welke producten je het beste kunt inzetten, gedrukt en online. En meten we continu of de aanpak werkt én hoe je in de volgende ronde nog effectiever kunt zijn.



## Online Productanalyse

### Alles weten over de doeltreffendheid van je product op het Spotta platform

Naast een fysieke en online verspreiding van folders biedt Spotta ook een uitgelezen kans om uit te vinden of een product in goede aarde valt op het Spotta platform. De Online Productanalyse van Spotta geeft dat inzicht. Wat is bijvoorbeeld het verschil in kliks tussen een pot verf in folder X en eentje in folder Y? Wat levert meer op en zijn er verschillen tussen bezoekers in beide folders? Een productanalyse geeft inzicht in het effect van een merk over meerdere folders.



### In het kort

- Je ontdekt welke producten in welke folders het beste presteren en hoe dit is te optimaliseren.
- Een Online Productanalyse is relevant voor merken en fabrikanten.
- Als je als fabrikant een productplek in een folder moet kopen, krijg je met deze analyse een beter inzicht in de prestaties van dit product.
- Weten waar je meest waardevolle consumenten zich bevinden op het platform, kan bijdragen aan een gerichte targeting door bijvoorbeeld een dynamische Actiebox of Banner.
- Door ook de locaties van de productgeïnteresseerden te achterhalen kunnen tevens de verspreiding van de fysieke folder of andere uitingen geoptimaliseerd worden.

Met Spotta bereik je meer

[zakelijk.spotta.nl](http://zakelijk.spotta.nl)



## Alle voordelen op een rij

- Je krijgt beter zicht op de prestaties van producten in de online folders.
- Daardoor haal je meer rendement uit een folderpositie.
- Je kunt beter gerichte targeting inzetten.
- De kennis is ook bruikbaar bij het optimaliseren van de verspreiding van de fysieke folder.

## Praktische informatie

Voor een Online Productanalyse is het belangrijk dat de afdeling Digital vanaf het begin wordt aangesloten en dat je de volgende stappen doorloopt:

### 1. Briefing (voorafgaand aan meting)

- Periode: Vooraf wordt besproken welke folders het betreft en in welke periode. Een merk kan in meerdere folders terugkomen op het platform. Het is van belang dat dit voor die tijd wordt aangegeven.
- Producten: In welke folders zijn de producten terug te vinden? Het is van belang dat meerdere producten over diverse folders worden meegenomen in de analyse.
- Linken: De producten in de folders moeten gelinkt kunnen worden.

### 2. Aanlevering (tijdens de meting)

- Tijdens de looptijd lever je wekelijks op tijd de gelinkte producten aan (minimaal 2 werkdagen voor livegang).

### 3. Analyse (na de meting)

- 3 weken na livegang van de laatste folder wordt een moment gepland om de inzichten te delen. Deze doorlooptijd hebben we nodig om het gedrag te analyseren en tot inzichten te komen.