





Crown Media - Postbus 109 - 1170 AC Badhoevedorp - Tel: 020 - 659 7424 - Fax: 020 - 659 7696 - E-mail: info@crownmedia.nl

**De juiste antwoorden  
zijn in het ORANJE  
genoteerd**

 **CROWN**MEDIA



## Toelichting op vraag 2

- Informatieve content wordt als het meest geloofwaardig en relevant beschouwd. Dit blijkt uit een onderzoek van Christine Liebrecht, dat is uitgevoerd aan de Universiteit van Amsterdam (2015)

Zij onderzocht dit in opdracht van SWOCC



## Vraag 3

**De helft van de bedrijven doet het liefst zaken met bedrijven die...**

- A. ... online het eerste antwoorden
- B. ... online de beste reputatie hebben
- C. ... online de beste app hebben
- D. ... online het beste zichtbaar zijn
- E. ... online de meeste talen spreken







## Vraag 7

Het Pacingeffect bij *tekstuele* content is groter dan bij *videocontent*

**WAAR / NIET WAAR**



## Vraag 8

Het Pacingeffect is groter als je een reclamefilmpje op You Tube kijkt dan het bekijken van een reclamefilmpje op TV

**WAAR / NIET WAAR**



- **Toelichting op vraag 7 en 8**
- Pacing is de mate waarin iemand kan bepalen hoeveel tijd hij besteedt aan content.

'Een tekst kan de consument op zijn eigen tempo bekijken, terwijl bij een video die tijdsbesteding door iemand anders is bepaald. Vergeleken met een tv-commercial heeft de kijker van een video wel meer controle omdat hij het filmpje kan pauzeren, maar dit vraagt om een extra handeling die bij tekstcontent niet nodig is.'

Dit blijkt uit een onderzoek van Christine Liebrecht, dat is uitgevoerd aan de Universiteit van Amsterdam (2015)

Zij onderzocht dit in opdracht van SWOCC



## Vraag 9

**Hoeveel procent van de bekeken pagina's op NU.nl  
wordt bekeken vanaf een Mobile Device?**

**80 %**

(in hele procenten)

**Business Club  
Badhoevedorp**

Bereik | Objectief | Professionaliteit | Relatie  
Carrière | Overname | Leven | Positie  
Systeem | Evenement | Curriculum | AB





## Vraag 10

**Het is Nederland de consument  
wettelijk toegestaan om je eigen persoonlijke data  
te verkopen zodat bedrijven daar marketing  
mee kunnen bedrijven**

**WAAR / NIET WAAR**



- Toelichting vraag 10  
Ja, dit mag. Er zijn zelfs brokers die als bemiddelaars optreden. Een voorbeeld daarvan is Datacoup.



## Vraag 11

**Hoeveel apps installeert men in Nederland gemiddeld op een Smartphone?**

- A. 7
- B. 13
- C. 20**
- D. 22
- E. 27



## Vraag 12

**Hoeveel procent van de Nederlanders heeft meer dan 40 apps op zijn telefoon staan?**

- A. 12%**
- B. 22%
- C. 32%
- D. 42%
- E. 52%





## Vraag 14

**Wat is een in-app aankoop?**

- A. Dat is een app *waarvoor* je moet betalen
- B. Dat is een app *waarmee* je kunt betalen
- C. Dat is een app *waarmee* je kunt internetbankieren
- D. Dat is een product dat je hebt gekocht via een app**
- E. Dat is een betaalde upgrading van een gratis app



## Vraag 15

**Iets meer dan 60% van de Smartphonegebruikers koopt wel eens wat via een app. Wat is het gemiddelde bedrag dat ze dan uitgeven? (in euro's)**

**30 euro**



- Toelichting vraag 15
- Dit blijkt uit onderzoeken van Motivaction en Telecompaper



## Vraag 16

**Meer Cross Channel interacties  
zorgen voor een hogere conversie**

**Waar / Niet Waar**



- Toelichting vraag 16
- Onderzoek van Econsultancy

Maar liefst 73 procent van de marketeers gaf aan dat cross channel-interacties van grote invloed zijn op de conversie. Daarnaast gaf meer dan de helft (58 procent) aan dat interactie over de verschillende kanalen heen ook zorgt voor het verhogen van retentie en het vergroten van ambassadeurschap (55 procent).



## Vraag 17

**Je EIGEN merk noemen in digitale content wordt door lezers als MINDER erg ervaren in vergelijking met het noemen van je EIGEN merk in fysieke content**

**WAAR / NIET WAAR**



- **Toelichting op vraag 17**
- Dit blijkt uit onderzoek van Christine Liebrecht van de UvA in Amsterdam. Zij onderzocht de effecten van Content Marketing in opdracht van SWOCC.



## Vraag 18

**Stel, je bent handelaar in positiekleding voor zwangere vrouwen. Je wilt deze doelgroep online bereiken. Wat werkt beter?**

**A. Content aanbieden via tekst**

**B. Content aanbieden via video**



## Vraag 19

**Stel, je zit in de schuldhulpverlening voor laagopgeleiden. Je wilt deze doelgroep online bereiken. Wat werkt beter?**

**A. Content aanbieden via tekst**

**B. Content aanbieden via video**



## Toelichting vraag 18 en 19

- **Wanneer kan er video worden ingezet? Voor mannen bijvoorbeeld, en voor hoogopgeleiden. Uit de survey van Liebrecht (UvA) blijkt namelijk dat die twee groepen liever video's zien, terwijl vrouwen en laagopgeleiden een voorkeur hebben voor tekst.**
- 'Een verklaring voor de voorkeur voor tekstcontent boven videocontent is *pacing*: de mate waarin iemand zelf kan bepalen hoeveel tijd hij besteedt aan de boodschap', aldus Christine Liebrecht. 'Een tekst kan de consument op zijn eigen tempo bekijken, terwijl bij een video die tijdsbesteding door iemand anders is bepaald. Vergeleken met een tv-commercial heeft de kijker van een video wel meer controle omdat hij het filmpje kan pauzeren, maar dit vraagt om een extra handeling die bij tekstcontent niet nodig is.'
- Zeker wanneer er inhoudelijke informatie wordt gegeven, is volgens wetenschappers tekstcontent aan te raden, stelt Liebrecht. 'Het zou kunnen zijn dat dit pacingeffect meer speelt bij mensen die meer moeite hebben met het verwerken van informatie - lageropgeleiden versus hogeropgeleiden. Daarnaast zou het zo kunnen zijn dat mannen visueel zijn ingesteld dan vrouwen of meer gewoon zijn met het bekijken van video's - en het wellicht ook vaker doen - dan vrouwen, maar dit is nog gissen. In de survey geven mannen in ieder geval meer dan vrouwen aan dat ze een voorkeur hebben voor video, vervolgonderzoek zal moeten uitwijzen waarom.'
- Ook als het doel is om aandacht vast te houden of mensen inhoud beter te laten onthouden, is video effectiever. Daarnaast is videocontent waarschijnlijk aantrekkelijker om te delen en is bewegend beeld nodig voor aanwezigheid op het veel bezochte YouTube







## Vraag 22

**Vanaf 1 januari 2016 is het wettelijk verboden om kinderen onder de 12 jaar via Smartphone en Tablets met reclame lastig te vallen.**

**Waar / Niet Waar**



## Vraag 23

**Hoeveel artikelen publiceert NU.nl gemiddeld per dag?**

**250 artikelen**



## Vraag 24

**Wat betekent in het kader van  
Mobile Marketing de afkorting CDO?**

**Chief Digital Officer**

Deze komt steeds meer náást de CEO te staan



## Vraag 25

**Hoeveel procent van de e-mails wordt  
geopend op een Smartphone?**

**61%**

(blijkt uit onderzoek van Google)



06 - 38 45 22 94



WhatsApp



Crown Media - Postbus 109 - 1170 AC Badhoevedorp - Tel: 020 - 659 7424 - Fax: 020 - 659 7696 - E-mail: info@crowmedia.nl

Gefeliciteerd

*Dank voor uw  
deelname en aanwezigheid!*



