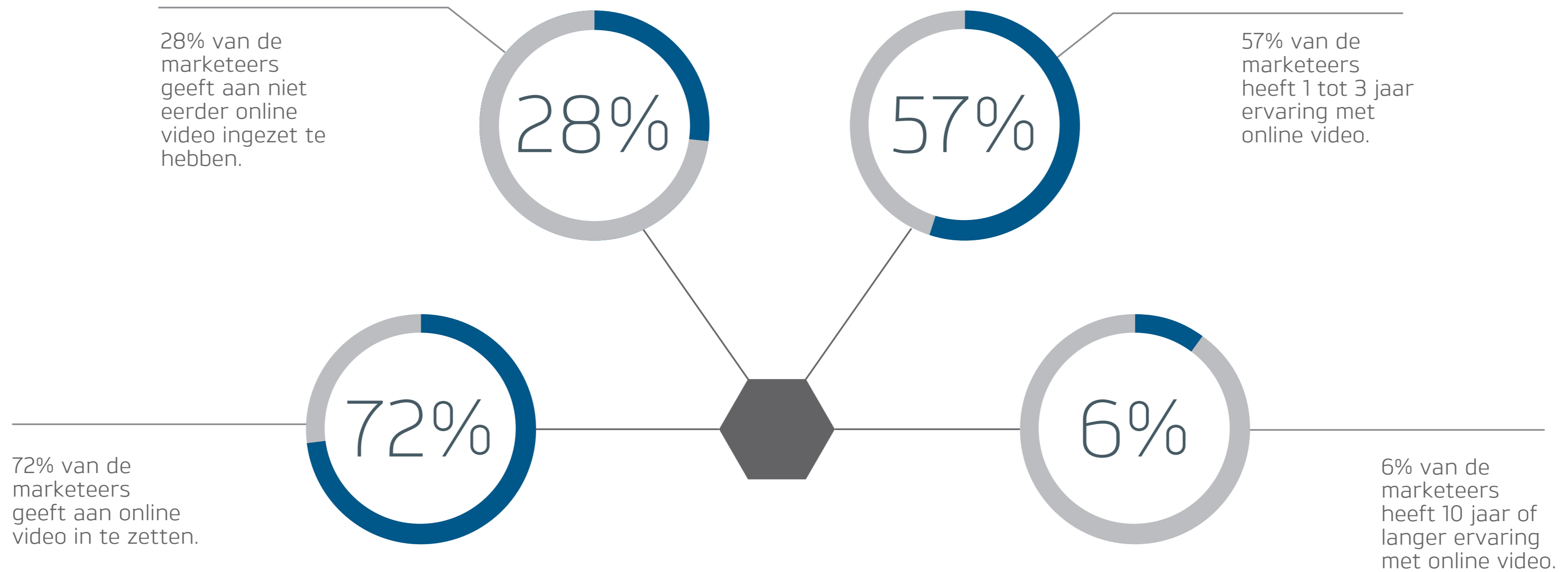


ONLINE VIDEO ► MONITOR

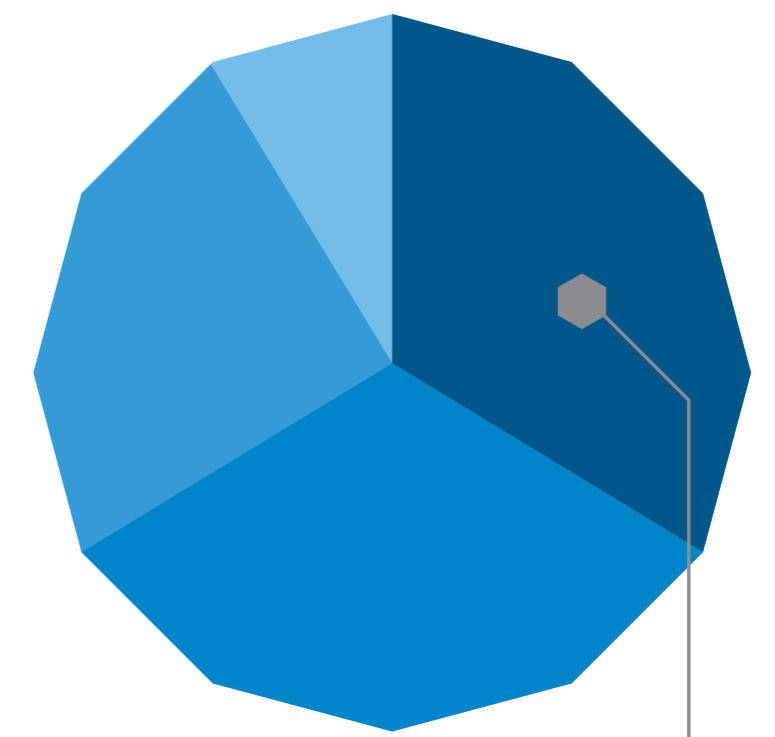
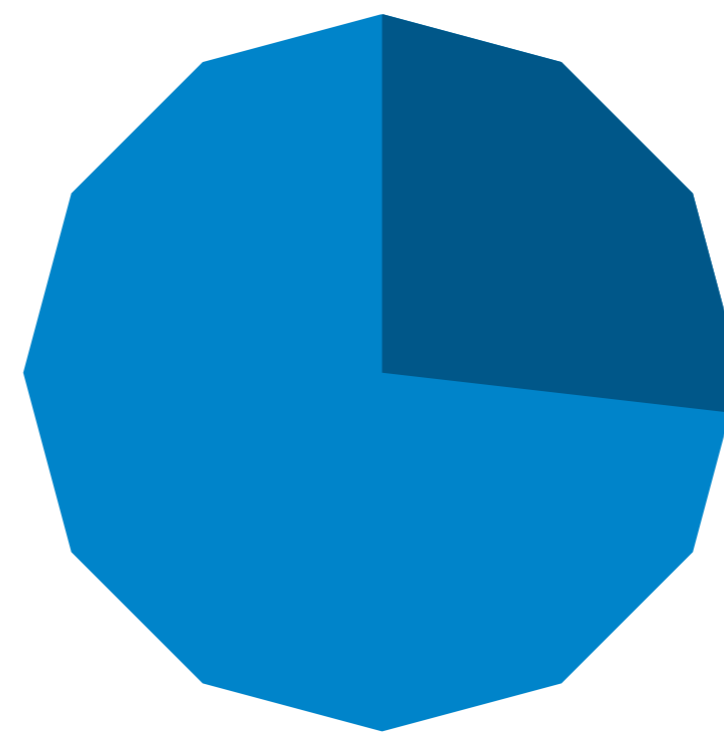
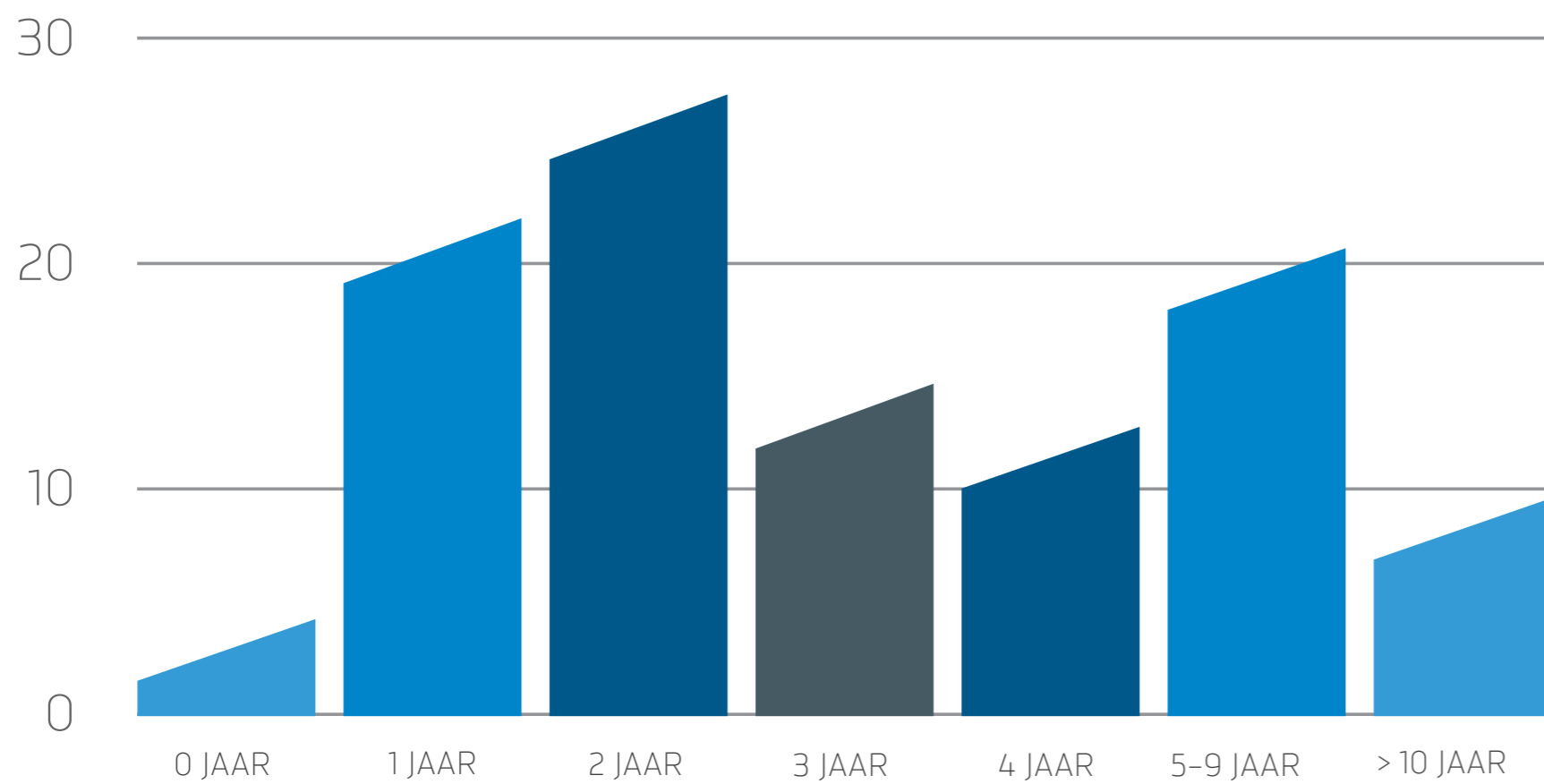
HET ONDERZOEK VOOR DE ONLINE VIDEO MONITOR IS UITGEVOERD IN OPDRACHT VAN QUADIA ONLINE VIDEO, DOOR CUSTOMER TOUCHPOINT ONDER DE LEZERS VAN MARKETINGFACTS*.

*IN TOTAAL VULDEN RIJ 382 MARKETEERS DE VRAGENLIJST VOLLEDIG IN. DE STEEKPROEF GEEFT INZICHT IN DE MENINGEN EN ERVARINGEN VAN MARKETEERS TEN AANZIEN VAN ONLINE VIDEO EN IS VOLDOENDE GROOT OM BETROUWBARE UITSPRAKEN TE DOEN.

ALGEMENE BEVINDINGEN



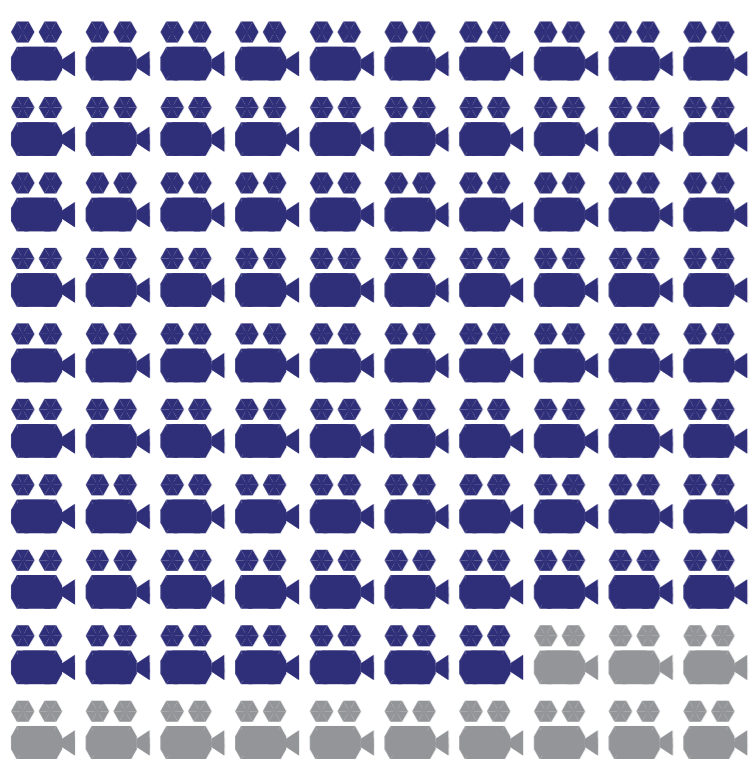
AANTAL JAREN ERVARING MET ONLINE VIDEO



MEEST GEBRUIKTE KANALEN VOOR DE DISTRIBUTIE VAN ONLINE VIDEO'S

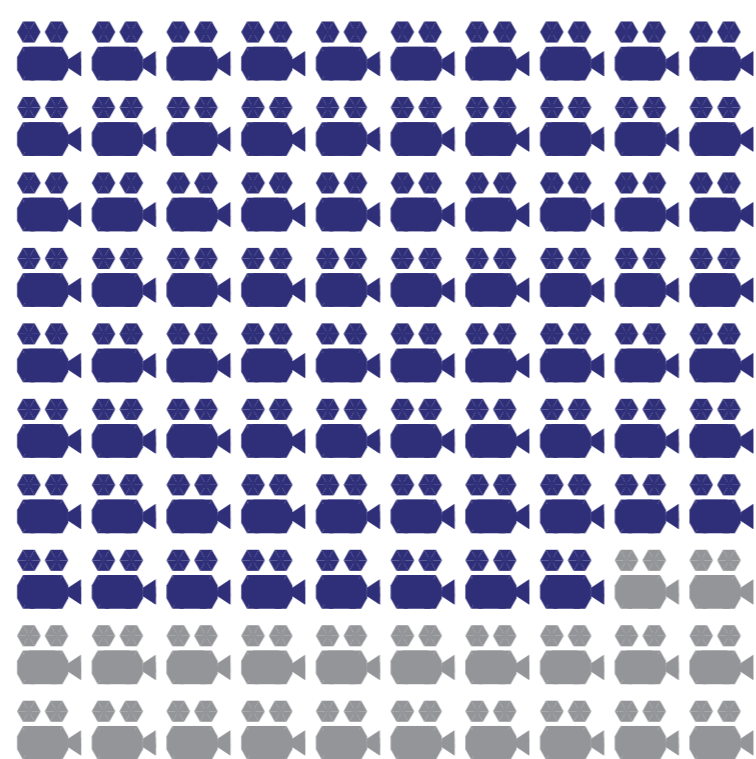
EIGEN WEBSITE

87%



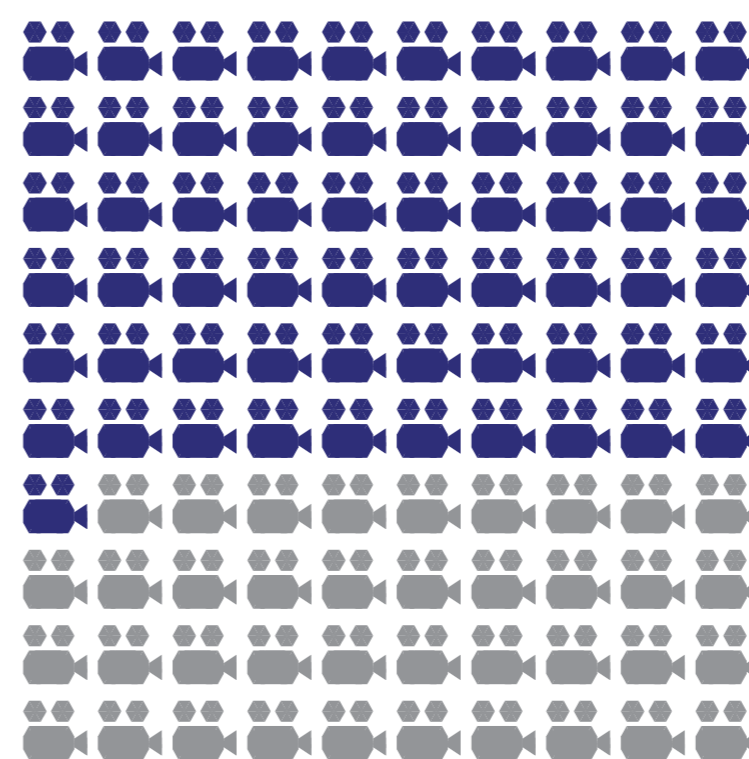
YOUTUBE

78%



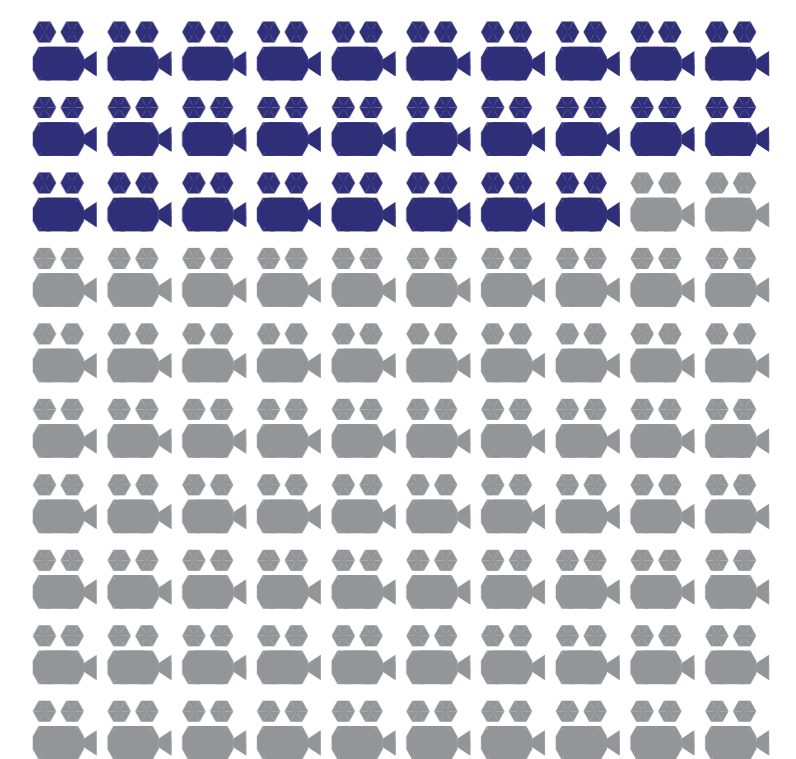
SOCIAL MEDIA

61%



PARTNER/PUBLISHER

28%

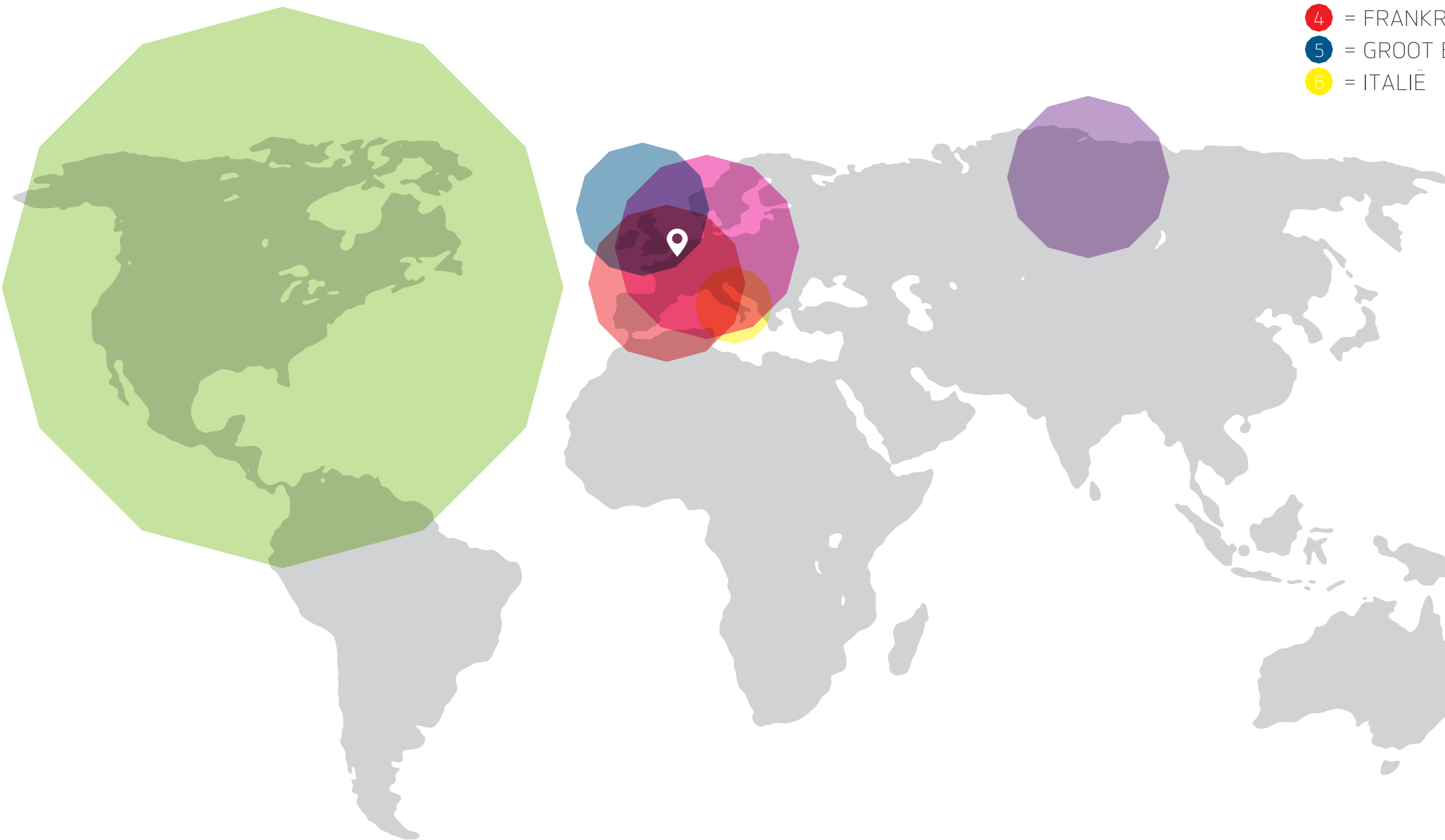


ONLINE VIDEO ► MONITOR

ONLINE VIDEO MARKTEN AANTAL UNIEKE KIJKERS

BRON: COMSCORE JUNI 2012

- 1 = USA
- 2 = DUITSLAND
- 3 = RUSLAND
- 4 = FRANKRIJK
- 5 = GROOT BRITANNIË
- 6 = ITALIË



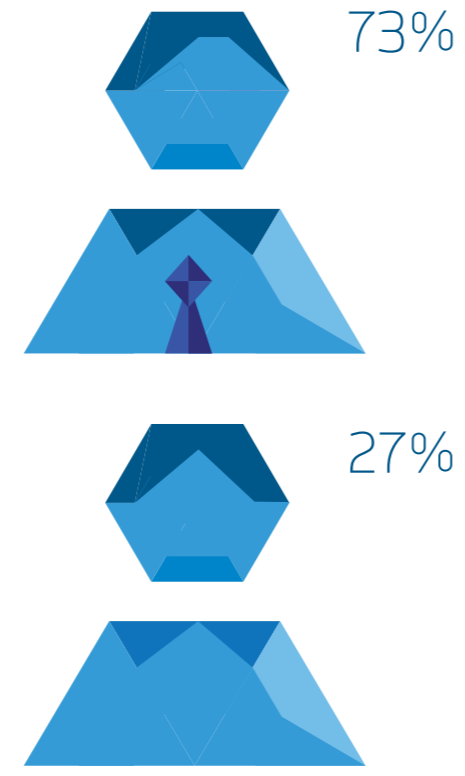
ACHTERGROND EN FUNCTIE VAN DE RESPONDENT

- 1 MARKETING
- 2 DIRECTIE
- 3 (DIGITALE) MEDIA
- 4 MANAGEMENT

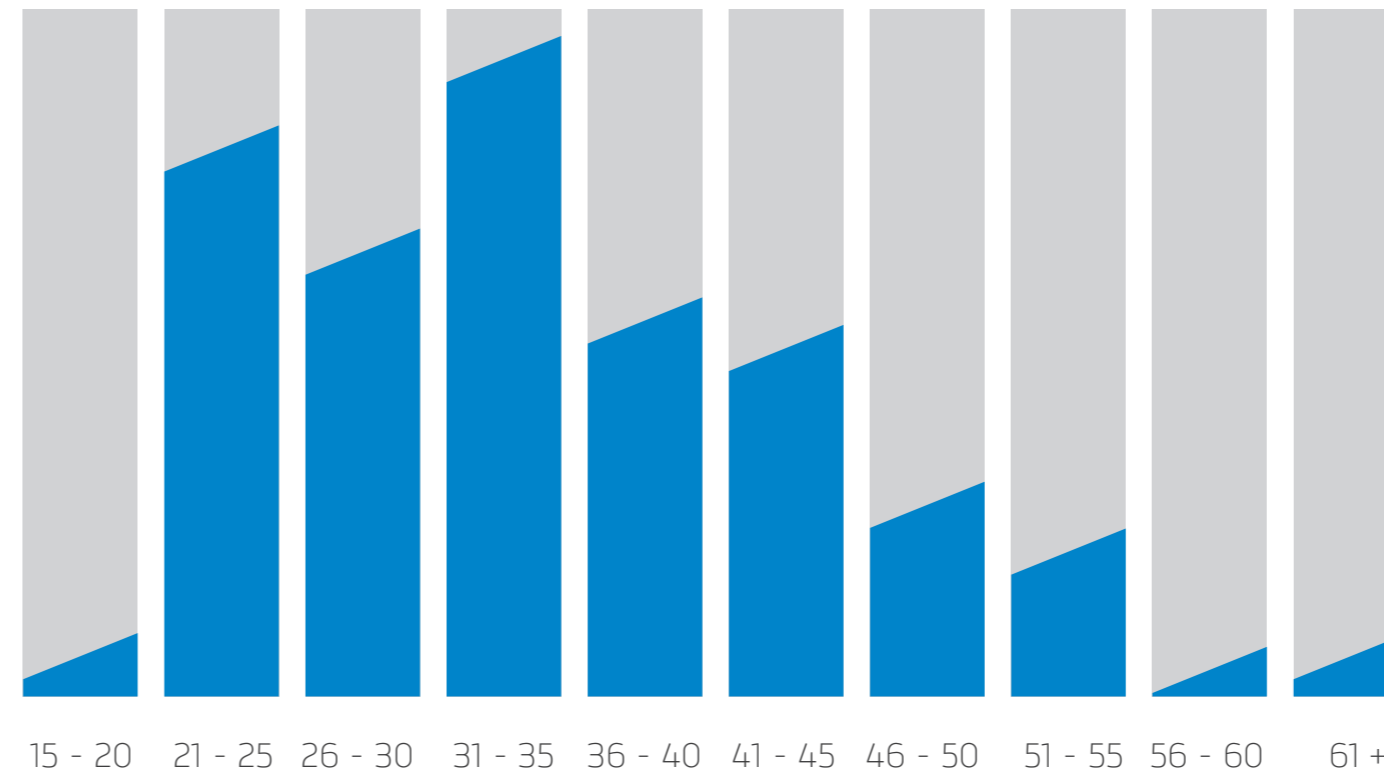
BRANCHE VAN DE RESPONDENT

- 1 MEDIA EN/OF UITGEVERIJ
- 2 ZAKELIJKE DIENST-VERLENING
- 3 ICT
- 4 FINANCIËLE INSTELLING

VERDELING MAN / VROUW ONDER RESPONDENTEN



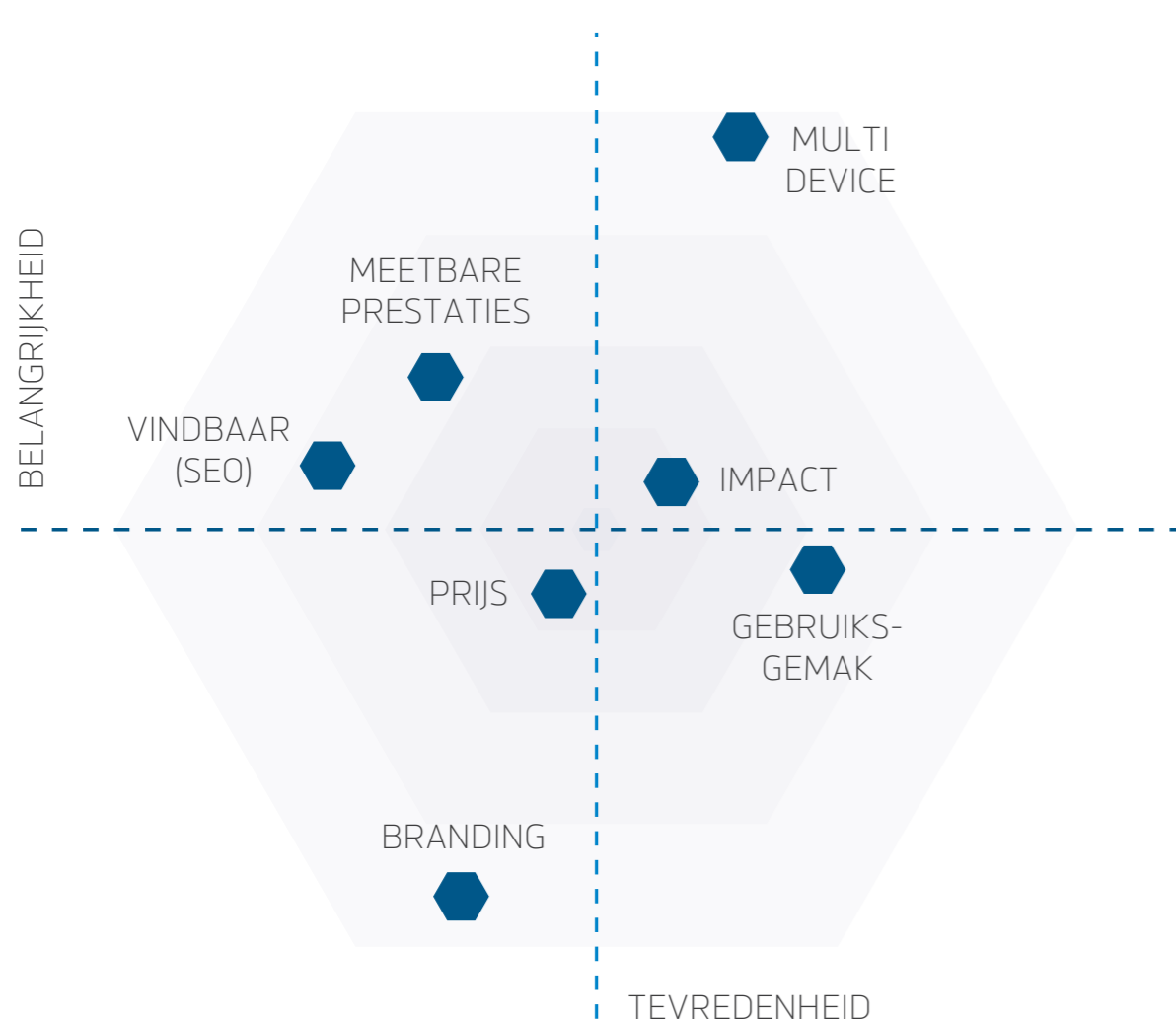
LEEFTIJDOPBOUW VAN DE RESPONDENT



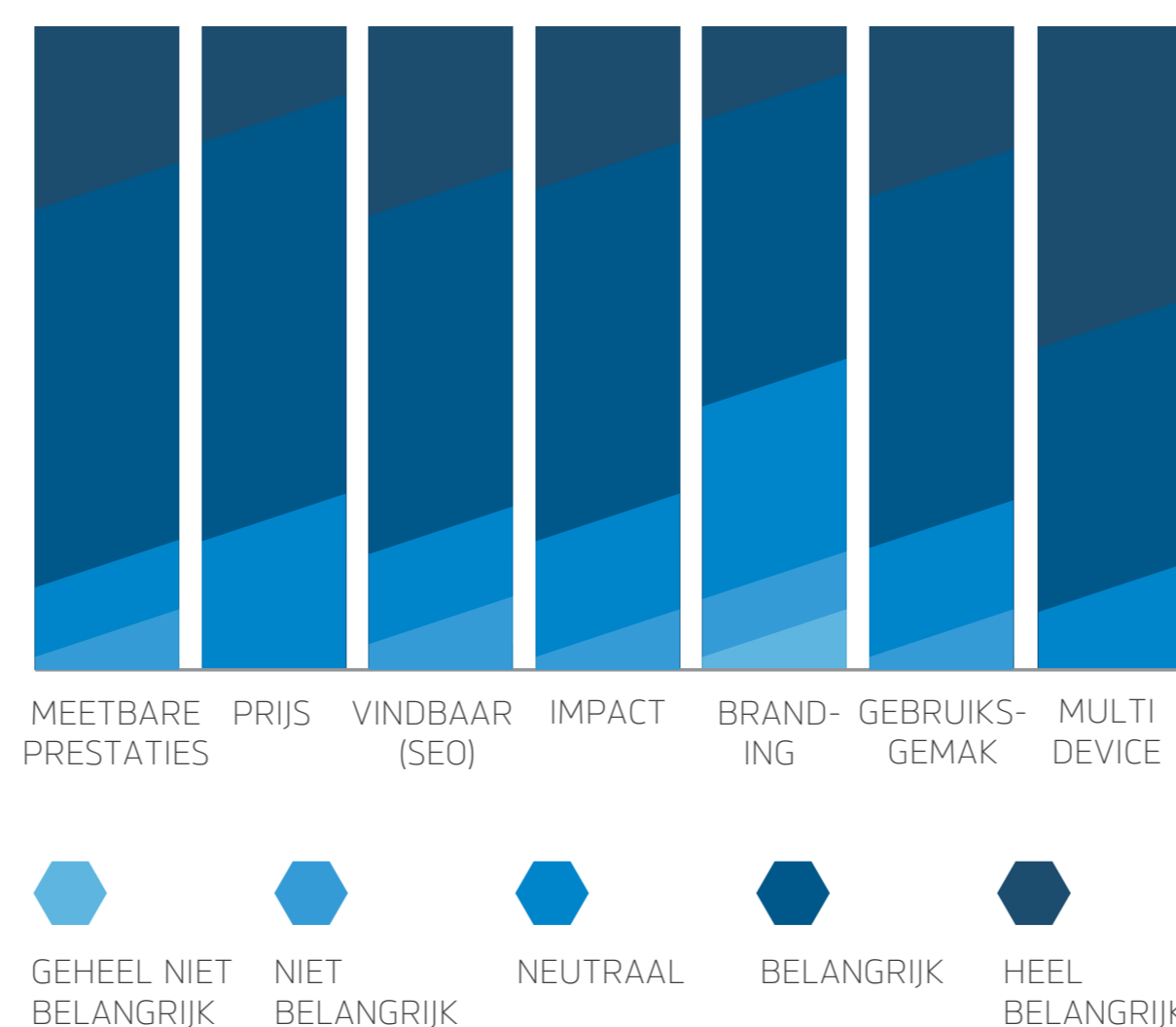
DE GEMIDDELDE LEEFTIJD VAN DE RESPONDENT IS 33.5 JAAR

BELANG EN TEVREDENHEID

IN DEZE MATRIX IS DE TEVREDENHEID VAN DE MARKETEERS AFGEZET TEGEN DE MATE VAN BELANG



BELANG DIE DE RESPONDENTEN HECHTEN AAN O.A. DE MULTIDEVICE AFSPEELBAARHEID VAN VIDEO'S

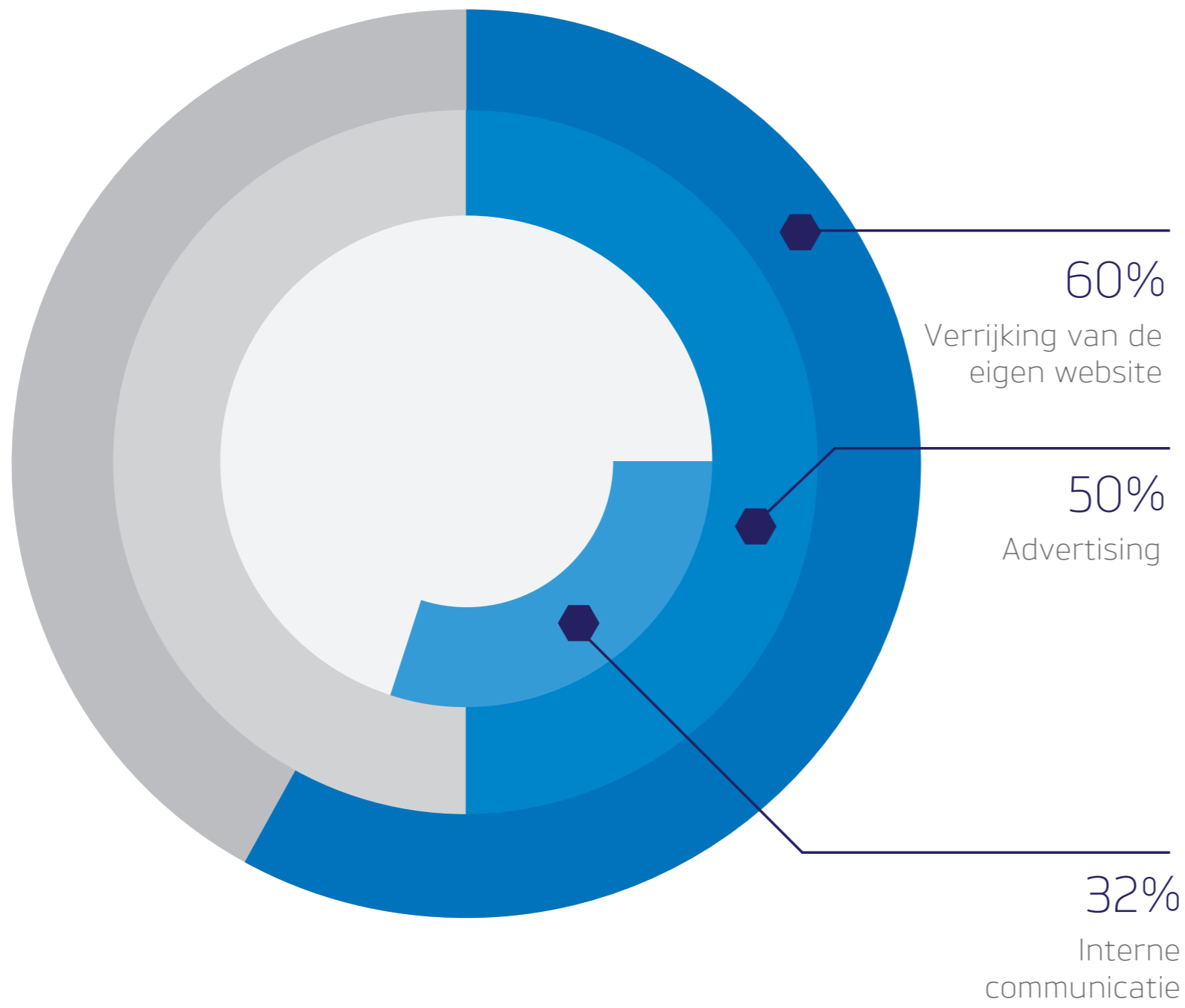


UIT ONDERZOEK NAAR DE MATE VAN BELANGRIJKHEID BLIJKT DAT RESPONDENTEN DE MEESTE WAARDE HECHTEN AAN DE MULTI DEVICE AFSPEELBAARHEID

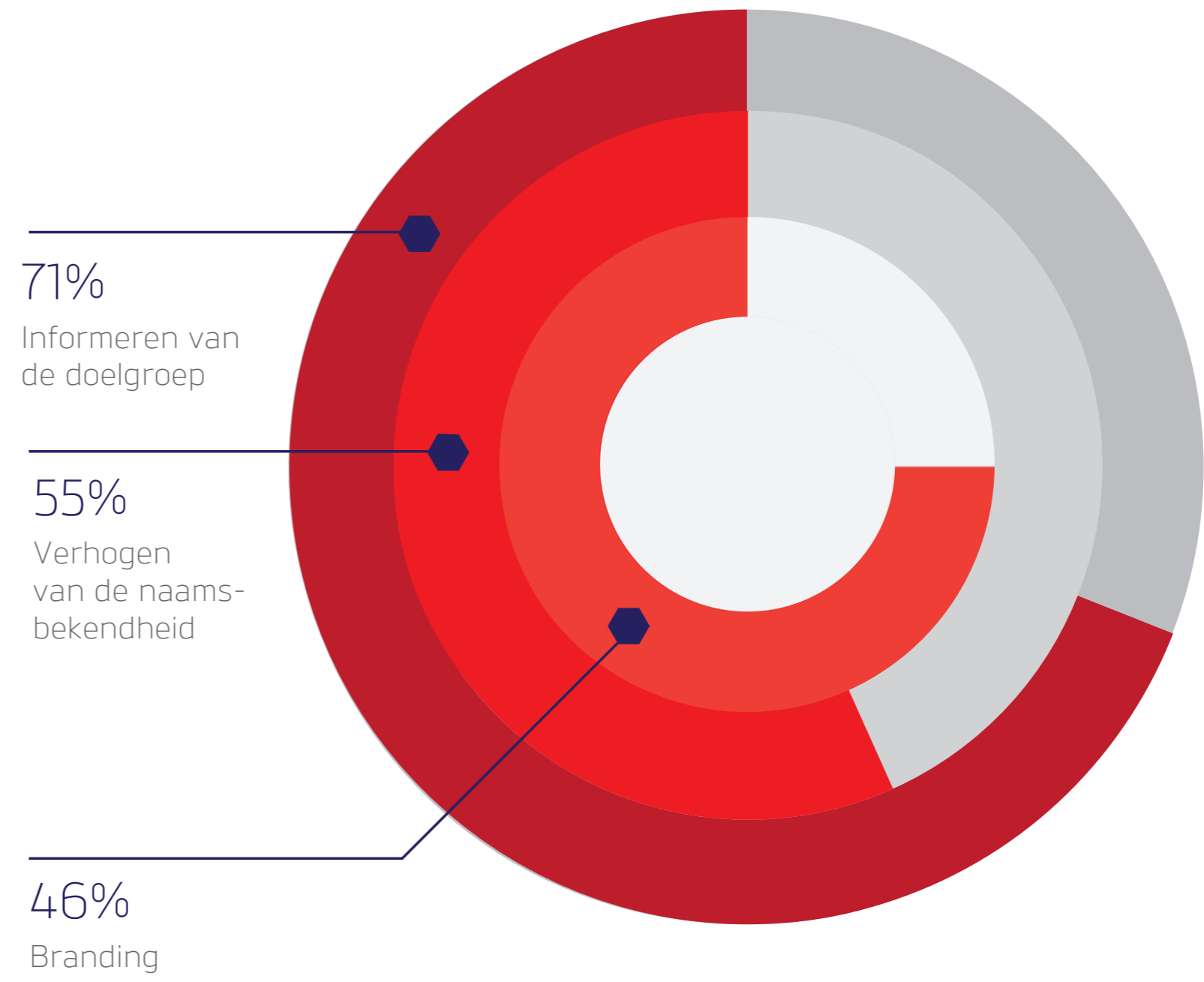
ONLINE VIDEO ► MONITOR

DOELEN VOOR DE INZET VAN ONLINE VIDEO

ONLINE VIDEO WORDT HET MEEST INGEZET VOOR

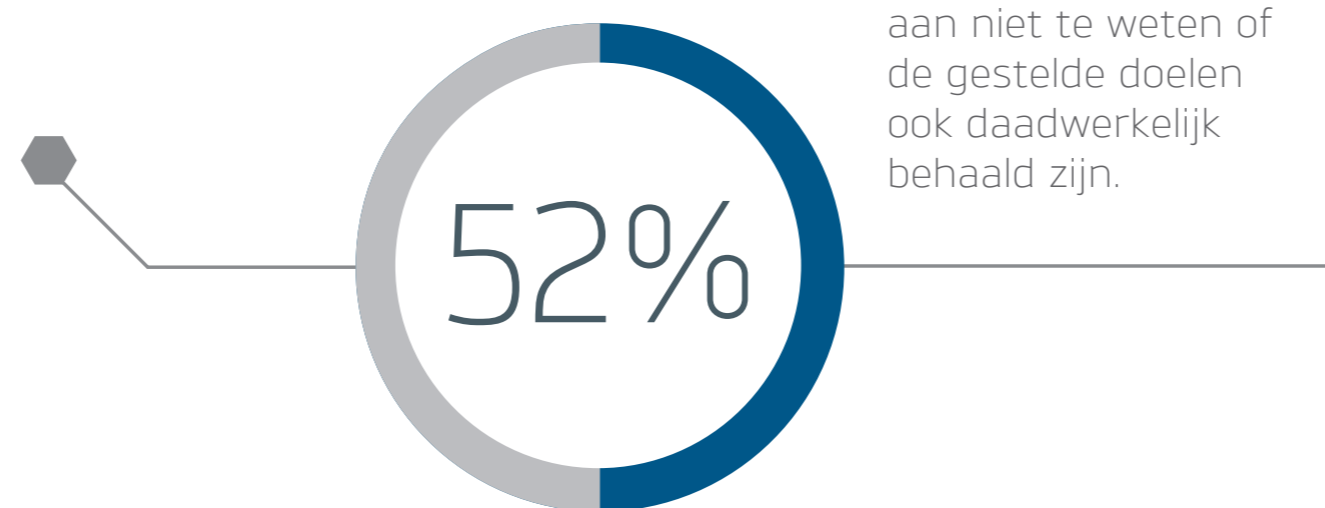


DE BELANGRIJKSTE DOELEN DIE MEN WIL BEREIKEN



VERSCHILLENDE DOELEN

SLECHTS 32% VAN DE RESPONDENTEN STELT CONCRETE DOELSTELLINGEN OP BIJ HET GEBRUIK VAN ONLINE VIDEO

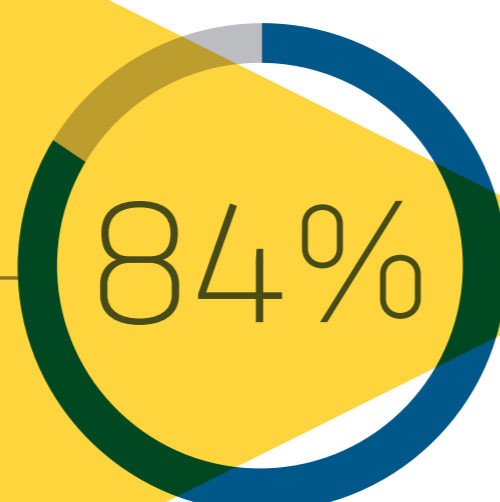


DE BELANGRIJKSTE PARAMETERS VOOR HET BEPALEN VAN DE EFFECTIVITEIT:

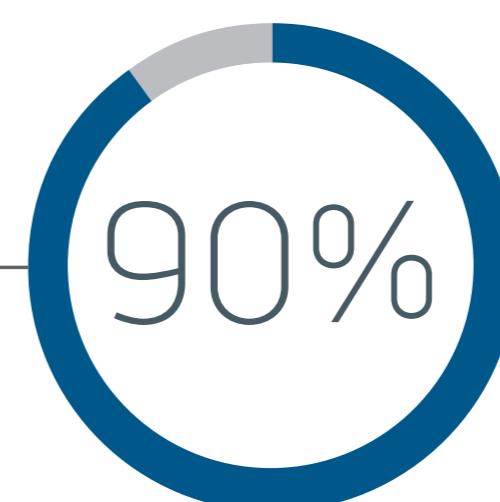
- 1 AANTAL VIEWS
- 2 GEMIDDELTE KIJKDUUR
- 3 CONVERSIERATIO

DE TOEKOMST VAN ONLINE VIDEO

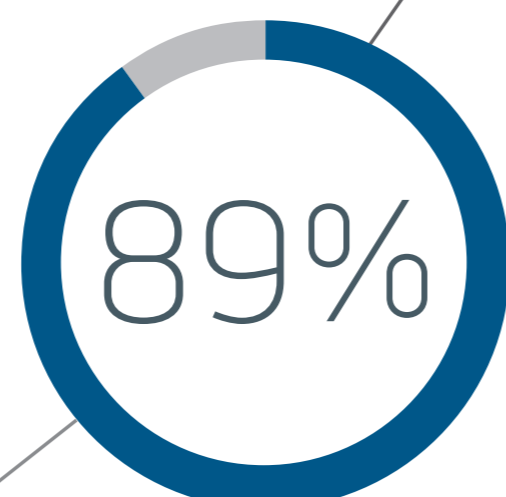
84% van de marketeers geeft aan dat online video de komende 2-3 jaar belangrijker wordt in hun eigen digitale strategie.



Van de marketeers die eerder online video in hebben gezet geeft zelfs 90% aan dat het een steeds belangrijker onderdeel wordt van de digitale strategie.



89% van de marketeers met ervaring met online video geeft aan het komende jaar weer online video in te zetten.



Van de marketeers die niet eerder online video hebben ingezet geeft 45% aan dit het komende jaar wel te gaan doen.

