

# Behavioral targeting op cz.nl

Eind 2009 heeft zorgverzekeraar CZ, sinds 2004 ook afnemer van AskNow's selfservice applicatie gekozen voor een behavioral targeting pilot om tijdens het commerciële seizoen inzicht te krijgen in de opbrengsten die behavioral targeting zou kunnen hebben voor CZ. Op alle verzekeringspagina's van CZ, onder [www.cz.nl/verzekeringen](http://www.cz.nl/verzekeringen), werden vier van de in totaal 16 banners gericht getoond aan websitebezoekers op basis van hun automatisch gegenereerde bezoekersprofiel. Om resultaten te kunnen vergelijken met een baseline kreeg een deel van de bezoekers vier van de banners op basis van random selectie gepresenteerd.

## Stijging in doorkliks van 140%

Op iedere verzekeringspagina werden rechts de vier best passende banners getoond.



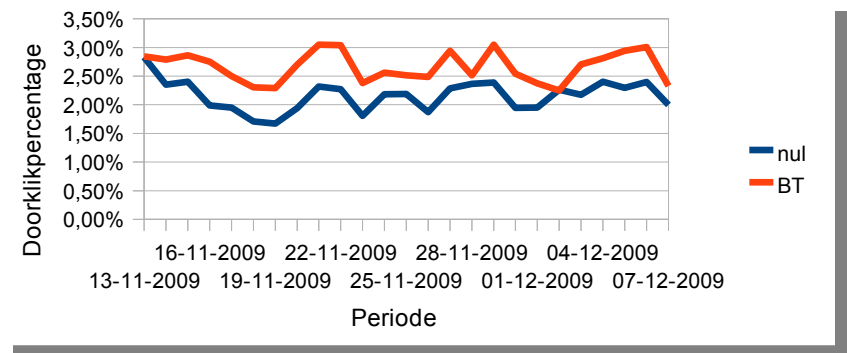
Al voor het live gaan van behavioral targeting zijn achter de schermen automatisch en realtime bezoekersprofielen opgebouwd en onderhouden aan de hand waarvan later de best passende banners worden geselecteerd. In het geval van CZ zijn sinds augustus 2009 ruim 13 miljoen bezoekersprofielen gegenereerd, waarmee CZ dus voor behoorlijk wat bezoekers op de persoon afgestemde banners kan tonen, voor bezoekers voor wie nog geen profiel bestaat wordt dat ter plekke, vanaf de eerste klik gedaan, waardoor ook bezoekers die voor het eerst cz.nl bezoeken kunnen profiteren van relevante banners.

## 13 miljoen bezoekersprofielen voor CZ

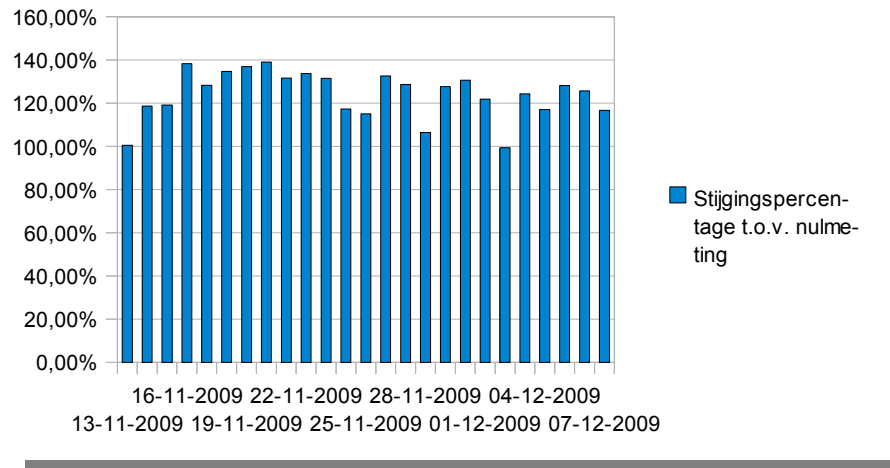
Om betrouwbare conclusies te kunnen trekken is gedurende de gehele pilot een nulmeting verricht; een deel van de bezoekers krijgt banners gepresenteerd aan de hand van behavioral targeting, en een deel krijgt ze gepresenteerd op basis van random selectie.

## Nulmeting maakt resultaten meetbaar

In onderstaande grafiek staan de doorklikpercentages voor zowel de nulmeting (nul) als voor behavioral targeting (BT) gepresenteerd die duidelijk laten zien dat behavioral targeting structureel beter scoort dan de nulmeting.



Als we die structurele verbetering vertalen naar een stijgingspercentage dan zien we dat behavioral targeting een ruime stijging van gemiddeld 140% laat zien ten opzichte van de nulmeting. Gezien het beperkte kader waarbinnen de pilot heeft gedraaid zijn deze resultaten veelbelovend voor een websitebreed of wellicht nog breder kader.



## Investering: één script

Er is één script nodig geweest om behavioral targeting te integreren in de site van CZ. De configuratie van de banners is automatisch ondersteund door de bezoekersprofielen die inmiddels bekend waren. Implementatietijd mag je het opzetten van behavioral targeting daarom niet noemen.

Neem voor meer informatie contact op met:

Rob Boeyink

AskNow Solutions bv

013-4653430

r.boeyink@asknow.nl

www.asknow.nl

www.linkedin.com/in/robboeyink

Zij gingen u voor:

