



## **Matrix-studie: digitale marketing wordt matuur**

**Brussel, 6 juni 2019. Met een aandeel van 40% in de totale mediabestedingen lijkt digital in ons land tot het punt van maturiteit gekomen. Dat blijkt uit de negende editie van de Matrix-studie. Influencer marketing werd voor het eerst gemeten en valt duidelijk in de smaak. Programmatic advertising is dan weer enorm in trek, maar bij adverteerders nog onbekend.**

De Belgian Association of Marketing (BAM) – en voorloper IAB Belgium – voeren de Matrix-studie nu al voor de negende keer uit. Dit keer werkten 578 communicatieprofessionals (adverteerders, bureaus en mediamensen) eraan mee.

Uit hun antwoorden blijkt dat de digitale bestedingen met 40,2% stilaan aan het stabiliseren zijn. Vorig jaar bevond het aandeel zich net onder 40%. “Ook in het type campagnes en de frequentie ervan, zien we die stabiliteit terug”, merkt Stephanie Radochitzki op. De Digital Strategy & Performance Director bij IPG Mediabrands is binnen BAM verantwoordelijk voor de studie.

“Waarschijnlijk niet geheel toevallig bedraagt de mediaconsumptie van de digitale kanalen in ons land momenteel zo’n 38%”, voegt ze toe. “Het zou niet onlogisch zijn dat het aandeel in de bestedingen het aandeel in consumptie volgt.”

### **Influencers: vaak ingezet, met beperkt budget**

Ook in het overzicht van ingezette kanalen is het stabiliteit troef, al bevroeg de studie adverteerders en bureaus voor het eerst naar het gebruik van influencers. 44% van de respondenten zette ze in 2018 in (39% bij adverteerders, 50% bij bureaus). Daarmee heeft het touchpoint zich meteen in het peloton van kanalen genesteld.

“Wel valt op”, geeft Stephanie Radochitzki mee, “dat het budget dat ernaartoe gaat, relatief beperkt is. Slechts 6% van het budget wordt hieraan gespendeerd.”

Dit duidt erop dat het om een sterk groeiend medium gaat. Veel merken testen ermee, maar grote budgetten gaan er nog niet of weinig naartoe. “Dat is meteen ook de reden voor BAM om bij de Mixx Awards een specifieke categorie voor influencer marketing in het leven te roepen”, zegt Patrick Steinfort, General Manager van BAM. “Zo kan iedereen de evoluties van dichtbij volgen en bieden we inspiratie.”

### **Programmatic: onbekend, maar niet onbemind**

Binnen media-aankoop vormt de aankoop via programmatic advertising 55% van het totaal. Toch zijn de methodes nog zeer onbekend, zeker bij adverteerders. Stephanie Radochitzki: “Data zijn key in digitale marketing, maar toch weten adverteerders zelden hoe het juist werkt. An sich is dat geen probleem – daarvoor hebben ze specialisten – maar het zorgt wel voor wat terughoudendheid en dat is jammer.”

De kennis van tools als DMP (Data Management Platform) is nog zo'n element. Stephanie Radochitzki: “Als 25% van de adverteerders aangeeft nog nooit van een DMP (Data Management Platform) te hebben gehoord en 19% zegt dat hij niet echt weet wat het betekent, dan zie je meteen dat BAM nog wat werk heeft qua opleiding en vorming.”

Link website:

- <https://www.marketing.be/press-releases/nl/matrix-studie-9-digitale-marketing-wordt-matuur>
- <https://www.marketing.be/inspire-content/nl/matrix-studie-9-digitale-marketing-wordt-matuur>

--

### **Over de Matrix-studie**

De Matrix-studie wordt uitgevoerd door Phimedia en Dynata in opdracht van de Belgian Association of Marketing. Doelstelling is om de evoluties in het digitale medialandschap op de voet te kunnen volgen en in kaart te brengen.

### **Over BAM**

BAM, kort voor de Belgian Association of Marketing, is de grootste vakvereniging voor marketing in België. BAM is een open community en zoekt actief naar partnerships. In het BAM-netwerk kunnen professionals terecht voor inspiratie, kennis en kruisbestuiving. BAM heeft als missie om waarde te creëren en duurzame relaties op te bouwen. Dat geloof in meaningful marketing wil de vereniging doorgeven aan iedereen die haar pad kruist. Enkel zo is BAM in staat om betekenis te geven aan marketing. Enkel zo helpt BAM professionals om marketing in het hart van hun organisatie te plaatsen. Meer info op [www.marketing.be](http://www.marketing.be).

[https://twitter.com/we\\_are\\_BAM](https://twitter.com/we_are_BAM)

<https://www.facebook.com/BAMbelgium/>

<https://www.linkedin.com/company/bam-belgian-association-of-marketing/>

<https://www.youtube.com/channel/UCu9nRDehw12vlni09GGD4Tg>

---

Voor meer informatie over de inhoud van dit persbericht, contacteer [barbara.dhondt@marketing.be](mailto:barbara.dhondt@marketing.be) - 02/234 54 02