

# Webinarreeks: deel 1

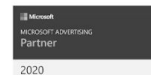
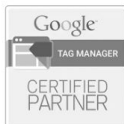
## online privacy tracking & online adverteren

*peppered*

MondoMarketing®

# Performance Driven Digital Marketing

✔ Doel(groep) gericht    ✔ Strategische focus    ✔ Pragmatische werkwijze



# AGENDA

---

- ✓ **Introductie privacywetgeving**
- ✓ **Privacy tracking & Online adverteren**
- ✓ **Effect iOS 14 op Facebook Advertising**
- ✓ **Effect iOS 14 op andere platformen**



# Europese privacywetgeving (AVG)

---

- **Sinds 25 mei 2018** - In heel de EU
- **Organisaties steeds meer verantwoordelijkheden** - toezichthouders steeds meer bevoegdheden
- **Online data wordt verzameld** - Kan worden ingezet voor gerichte advertenties/reclames
- **De privacy ontwikkelingen nemen elk jaar toe** - Adverteerders moeten alternatieven zoeken





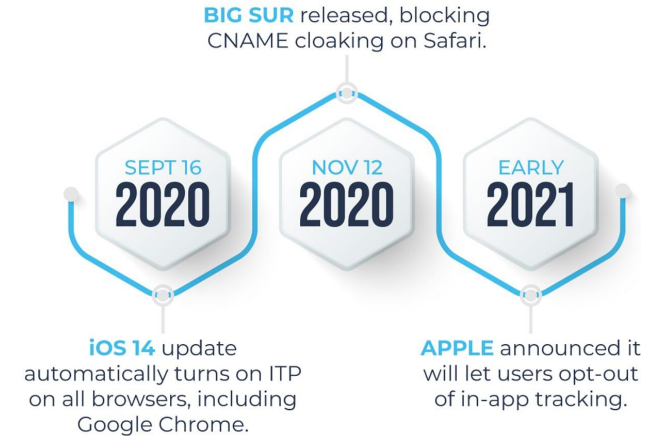
# ONLINE PRIVACY TRACKING & ONLINE ADVERTEREN

---

# WAT IS EEN COOKIE?

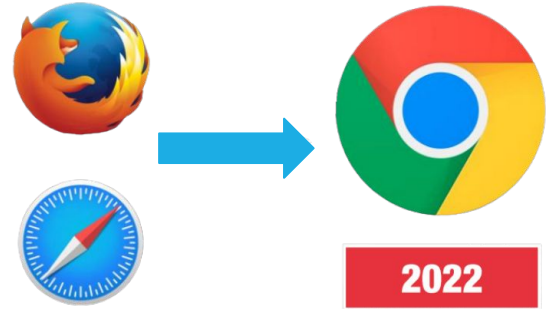
- Klein gegevensbestand - Met een tracker erin
- Om onderscheid te maken - Tussen nieuwe versus terugkerende bezoekers
- Om potentiële klanten te targetten
- Om de Customer Journey te volgen
- Om mediabudgetten te optimaliseren en alloceren

## INTELLIGENT TRACKING PROTECTION (ITP) TIMELINE



# ONVOLDOENDE VOORBEREIDING

- ➔ **Google** - Third party cookies worden in 2022 geblokkeerd in Chrome 50% van alle gebruikers in NL
- ➔ **Safari en Firefox hebben dit al** - Intelligent Tracking Prevention (ITP)
- ➔ **91% niet goed voorbereid** - Van de online professionals
- ➔ **58% besteed te weinig aandacht** - Aan een langetermijn marketingstrategie



# THIRD PARTY VS FIRST PARTY

---

→ **Third party cookies** - Data externe webpagina's

→ **First party cookies** - Alleen data van eigen website

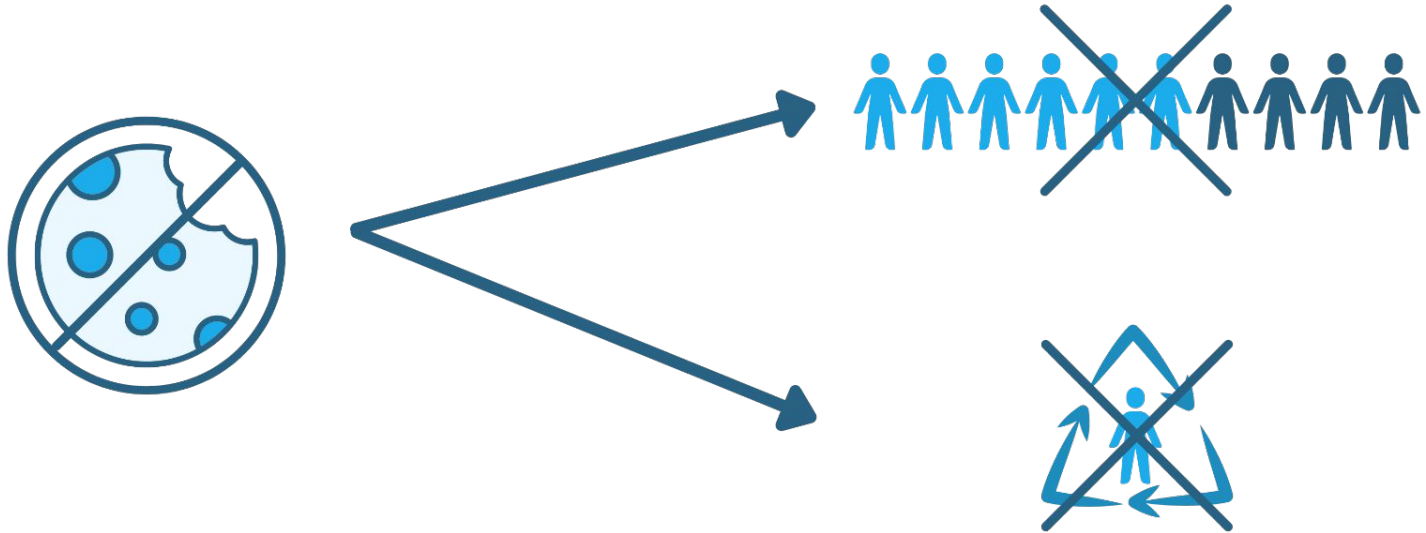
→ **Audience targeting** - Advertenties afgestemd op dataprofielen

→ **Retargeting** - Bezoekers opnieuw bereiken

→ **Zonder Third party cookies** - Is Third party Audience targeting en Retargeting niet meer mogelijk



Wanneer third party cookies geblokkeerd worden is third party Audience targeting & Retargeting niet meer mogelijk



# ALTERNATIEVEN VOOR TRACKING



Oude methode loslaten



First party cookies



Conversies rapporteren aan browser



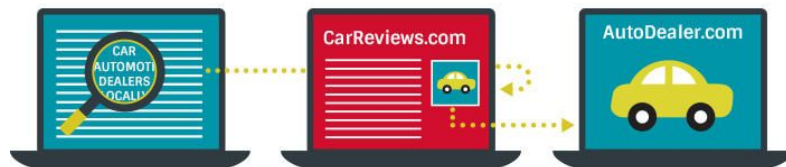
Contextuele targeting



Adverteren op basis van zoekwoorden

---

WHAT IS KEYWORD CONTEXTUAL TARGETING?



Target users viewing content with keywords that have been designated by the advertiser.

---

# FIRST PARTY DATA-STRATEGIE

---

➔ **Eigen dataset opgebouwd** - Niet aangevuld door anderen, uit:

- Gebruiksdata
- CRM-data
- Toestemming vragen

➔ **Waardevolle informatie** - Uit eigen metingen

➔ **Touchpoints constant bijhouden** - Wat leidt tot personal marketing

➔ **On-site personalisatie** - E-mail marketing

➔ **Zo vroeg mogelijk voorbereiden**



# EFFECT iOS 14 OP ONLINE ADVERTEREN

---

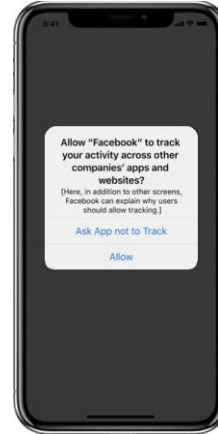
# OVER iOS 14 & PRIVACY TRACKING

➔ **Pop-up** - om toestemming te vragen voor tracking

➔ **Grote invloed** - Op prestatie inzichten en gericht targeten

➔ **50% tot 90% zal geen toestemming geven** - Naar verwachting

➔ **Remarketinglijsten 30% Kleiner** - Naar verwachting in Nederland



**Allow "Facebook" to track your activity across other companies' apps and websites?**

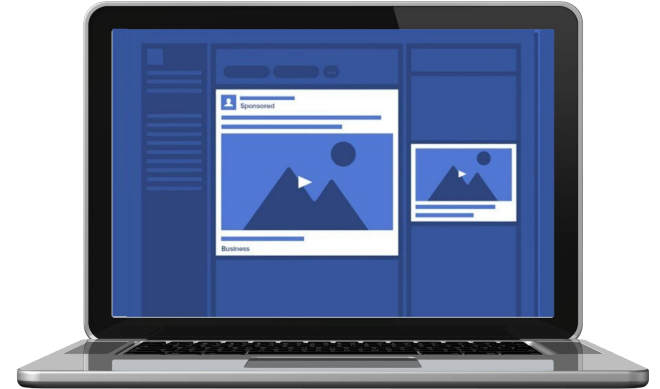
[Here, in addition to other screens, Facebook can explain why users should allow tracking.]

Ask App not to Track

Allow

# GEVOLGEN DOOR iOS 14 VOOR FACEBOOK ADVERTISING

- **Conversies meten wordt moeilijker**
- **Afname effectiviteit advertentie**
- **Beperking in inschatten van advertentie frequentie**
- **Vertraagde rapportage van campagneresultaten**
- **Verhoogde advertentie kosten**



# GEVOLGEN DOOR iOS 14 VOOR FACEBOOK ADVERTISING

➔ Maximaal 8 conversiegebeurtenissen per domein

➔ i.p.v. 28-dagen-na-klik, nu 7-dag-na-klik

➔ i.p.v. 8-dagen-na weergave, nu 1-dag-na-weergave

➔ Bij advertentie voor iOS 14 alleen kooptype veiling beschikbaar

➔ Na publicatie campagne kan je schakelaar voor iOS 14 niet uitschakelen - Campagne moet uitgeschakeld of verwijderd worden



# INSPELEN OP iOS 14 VOOR FACEBOOK ADVERTISING

➔ Facebook Software Development Kit versie 8.1 (voor apps)

➔ Domeinverificatie Facebook

➔ Stel de 8 belangrijkste conversie-events in

➔ **Wijzig je campagne instellingen** - Anders worden deze uitgeschakeld bij conversie die buiten de 8 conversie events vallen

➔ **Conversions API** - Als aanvullend alternatief voor Facebook Pixel



APP ONTWIKKELAAR



SOFTWARE DEVELOPMENT  
KIT



YOUR APP





# IMPACT iOS 14 OP GOOGLE ADVERTISING

---

# IMPACT iOS 14 VOOR GOOGLE ADVERTISING



Moeilijker om belangrijke data te verkrijgen



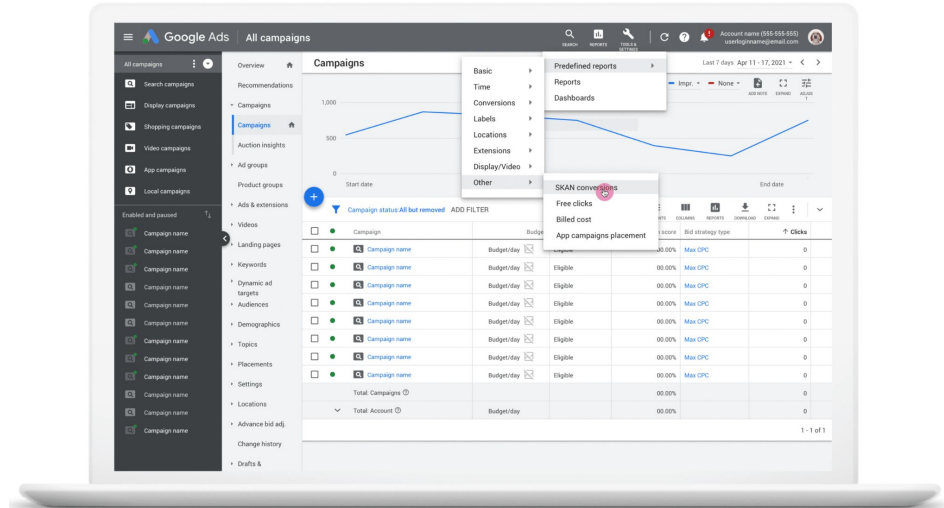
Minder inzicht in de data



Audience targeting en Retargeting niet meer mogelijk



Het verdwijnen van Frequency capping







# IMPACT iOS 14 OP LINKEDIN ADVERTISING

---

# IMPACT iOS 14 OP LINKEDIN ADVERTISING



**LinkedIn Audience Network** - Effectiviteit zal afnemen



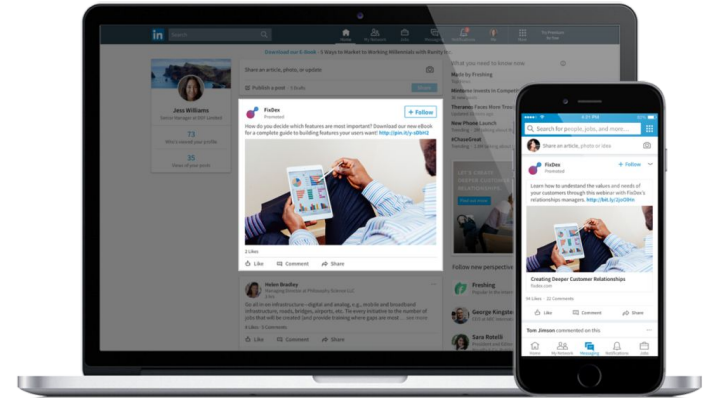
**Overeenkomende doelgroepen** - Minder gematchte ID's



**Website Retargeting** - Kleinere / minder doelgroepen die bereikt kunnen worden



**Conversie Tracking** - Afname in conversies als deze gebaseerd zijn op IDFA (Identifier For Advertisers)



# INSPELEN OP iOS 14 VOOR LINKEDIN ADVERTISING



**Video Retargeting** - Creëer zelf een Retargetinggroep op basis van videoadvertenties



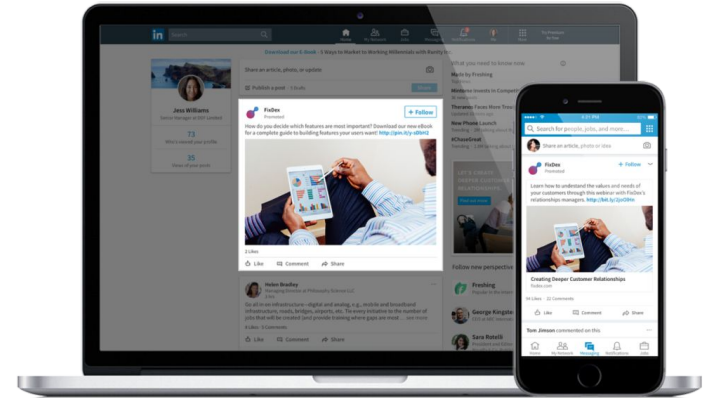
**Lead Gen Form** - Creëer zelf een Retargetinggroep op basis van geopende of ingevulde formulieren



**Bedrijfspagina doelgroepen** - Doelgroep samenstellen op basis van jouw bekeken pagina of CTA



**Evenement doelgroepen** - Doelgroep samenstellen op basis van aanwezig op een LinkedIn evenement





# IMPACT iOS 14 OP TWITTER ADVERTISING

---

# IMPACT iOS 14 OP TWITTER ADVERTISING



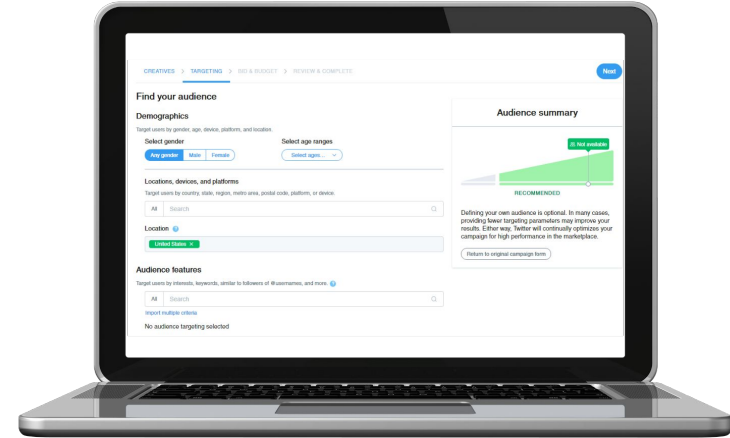
**Twitter Audience Platform targeting verminderd** - Door targeting op leeftijd en geslacht



**Afname Custom Audiences** - Toevoegen van Custom Audiences niet meer mogelijk



**Vermindering geïdentificeerde gebruikers**- Wat leidt tot minder accurate inschatting van conversies





# INSPELEN OP iOS 14 VOOR TWITTER ADVERTISING



**Vervangende (Look-a-like) Custom Audiences instellen**



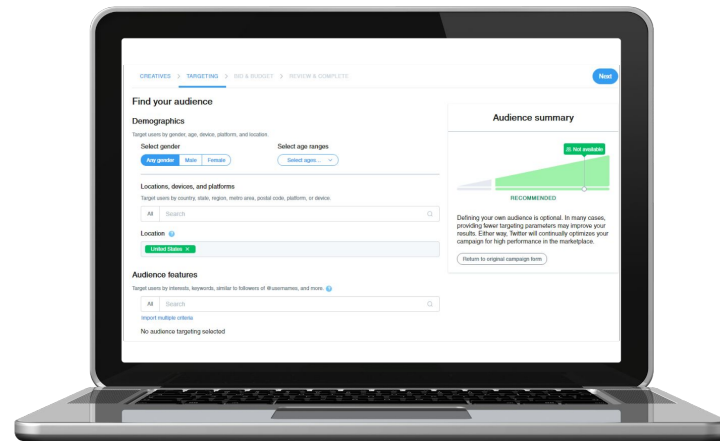
**'Expand your audience' optie gebruiken - Zet deze op 'broad'**



**Gebruik van 'layering' wordt afgeraden - Bij demografische en apparaat targeting**



**Blijf gebruik maken van IDFA - Bij mensen die tracking toestaan**





# GOOGLE ANALYTICS 4 THIRD PARTY PROOF

---

# GOOGLE ANALYTICS 4 THIRD PARTY PROOF



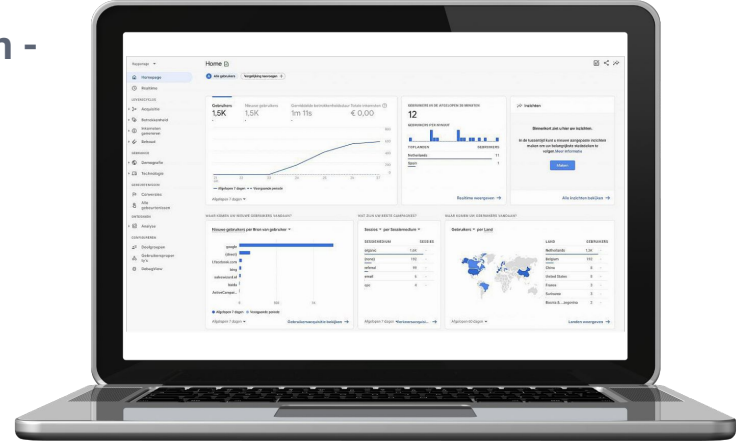
**Door AI kunnen acties van bezoeker voorspeld worden -**  
Ook met uitgeschakelde cookies



**Er kan een voorspelling worden gedaan voor**  
betrokkenheid van de bezoeker



**Er kan voorspeld worden welke bezoeker (potentieel)**  
het meeste oplevert



Note: Google Analytics 4 webinar op 16 september



# TOT SLOT



# CHECKLIST

---



**Third party cookies zullen helemaal geblokkeerd worden** - Deze werden veel gebruikt voor targeting en retargeting



**First party cookies worden hierdoor erg belangrijk** - Deze worden verzameld vanuit eigen domeinen



**iOS 14 heeft grote invloed op de manier van adverteren op alle platformen** - Hier kan wel op ingespeeld worden



**Google Analytics 4 is third party proof** - En zal dus ook goed functioneren zonder third party cookies



**Meer weten over de impact van iOS 14 & Facebook adverteren? [Download deze handige checklist!](#)**



**Meer weten over online privacy tracking en adverteren? Check onze blogs op [mondomarketing.nl](https://mondomarketing.nl) of schrijf je in voor de nieuwsbrief.**

# BEDANKT VOOR JE AANDACHT!



MondoMarketing  
Europalaan G2.5, 3526 KS Utrecht  
[www.mondomarketing.nl](http://www.mondomarketing.nl)

**MondoMarketing**<sup>®</sup>  
performance driven digital marketing

Google  
Partner



Google Analytics  
Certified Professional

FACEBOOK  
MARKETING PARTNER

amazon  
Advertising  
2020

amazon  
Advertising  
Specialized Ads Accreditation

