



## Hoe vtwonon via het inzetten van een chatbot in de conversiefase de bekende fanbase heeft omgezet in betalende abonnees

### Over vtwonon

Vtwonon is sinds 2020 onderdeel van DPG media en is een toonaangevend woonmagazine in Nederland. Het populaire vtwonon tijdschrift biedt wooninspiratie en woongeluk. Met het magazine blijf je op de hoogte van het laatste nieuws op het gebied van woontrends en lifestyle, ontvang je handige tips en tricks om je huis te stylen en praktische doe-het-zelf-ideeën om zelf mee aan de slag te gaan.

### De uitdaging

SDIM is gevraagd of de huidige fanbase/volgers van vtwonon op Facebook en Instagram (meer dan een miljoen mensen) ook omgezet kunnen worden in abonnees. Het draaide hierbij om twee verschillende abonnementsvormen: een jaarabonnement en een proefabonnement.

### De aanpak

In samenwerking met Conversed.ai is er een conversiegerichte chatbot campagne opgezet. De chatbot is volledig geïntegreerd in Facebook.

### Doelstelling

Allereerst moest er nagedacht worden over de doelstelling op Facebook. Er werd gekozen voor een chatberichten campagne die optimaliseert op gestarte gesprekken in messenger.

### Doelgroepen

Wat betreft het opstellen van de doelgroepen was er van tevoren besloten om alleen op de huidige fanbase te adverteren, maar na enige tijd is de doelgroep uitgebreid door middel van lookalike audiences. De lookalike audiences waren gebaseerd op de mensen die een aankoop hadden gedaan na contact met de chatbot.

### Advertenties

De advertenties voor de chatbot werden intern bij DPG media gemaakt. Tijdens de video-advertentie werd duidelijk dat het ging om een advertentie die naar de chatbot toeleidt. Dit was van tevoren een learning vanuit Conversed.ai. Mensen worden dan niet verrast wanneer zij op de advertentie klikken.

### Vooruitzicht

Wanneer was de campagne geslaagd? Het ging er voornamelijk om dat er op een unieke manier zoveel mogelijk mensen uit de huidige fanbase van vtwonon bereikt werden en omgezet worden van fan naar betalende klant. Als target is er gekozen om maximaal aantal aankopen te realiseren binnen het beoogde budget.

### Verloop van de campagnes

Er is vanuit Conversed.ai een chatbot ontworpen waarbij je bepaalde flows doorloopt die uiteindelijk moeten leiden tot een aankoop binnen de chatbot. Via advertenties op Facebook en Instagram werden mensen de chatbot ingeleid.

**sdim.**

ONLINE MARKETING

© Copyright SDIM Online Marketing

## Optimalisaties

Al snel bleek dat het aanbod van drie nummers veel vaker werd verkocht dan het aanbod van een jaar-abonnement. De focus kwam hierdoor dan ook snel te liggen op het proefabonnement. Er vond wekelijks een call plaats waarin het aantal aankopen en de chatbot flow besproken werden. Daarnaast werd er waar nodig geoptimaliseerd.

De frequentie binnen de doelgroep van de fanbase begon na een aantal maanden op te lopen. Er is toen besloten om een Lookalike audience toe te voegen van 1% en 2% van de mensen die het proefabonnement gekocht hadden. Dit resulteerde in een verbreding van de doelgroep, waardoor de frequentie op campagneniveau laag bleef.

## Eindpunt

Uiteindelijk heeft de campagne ruim vijf maanden gedraaid en zijn we tot de conclusie gekomen dat dit een mooie toevoeging kan zijn aan de gehele marketingmix, waarbij je meteen in gesprek komt met de doelgroep van het product.

## Resultaten

De eerste maand zagen we een conversieratio van 18,7% van een profiel naar een aankoop. Een profiel wil zeggen dat iemand binnen het chatplatform de conversatie aangaat. Na een aantal grotere optimalisatieslagen in de chatbot flow zagen we dit flink stijgen naar 32,1% over de gehele campagne.

Uiteindelijk lag de CPA 73,8% lager dan de kostprijs. Dat betekent dat er een ROAS (Return On Ad Spend) was van 319% over de gehele campagne.



**319%**  
Een ROAS van 319% over de gehele campagne.

**32,1%**  
Een conversieratio van profiel naar aankoop van 32,1%.

**52,2%**  
Nadat er een klik op de ad had plaatsgevonden is er met 52,2% een gesprek gestart.

**80%** van de aankopen zijn mensen die nog nooit een vtwonon abonnement of aankoop hebben gedaan.

**sdim.**  
ONLINE MARKETING

**CONVERSED.AI**

© Copyright SDIM Online Marketing