

Diese 9 Fehler solltest Du beim Kauf von Intent Data vermeiden



Intent Data liefern Dir eine Menge Vorteile gegenüber Deinen Mitbewerbern. In Kombination mit Tools wie etwa Target, die Dir auch Trigger Events wie Umzüge, Messebesuche und Co. anzeigen, bist Du quasi unschlagbar. Doch gerade beim Kauf von Intent Data von Drittanbietern gibt es einiges zu beachten. Wir zeigen Dir, was genau!

1. Herkunft der Daten

- ☐ Gibt ein Drittanbieter von Intent Data die Klarnamen der Kooperationsseiten an?
- ☐ Gibt der Drittanbieter seine Kooperationsseiten auf Anfrage heraus?

2. Lieferung der Daten

- ☐ Übergibt Dir der Drittanbieter die Daten als großes Paket oder sortiert er die Daten für Dich?
- ☐ Wie kann man die Daten filtern? Kategorie, Quelle, etc.?
- ☐ Kannst Du diese Kategorien selbst festlegen?

3. Qualität der Daten

- ☐ Wie viele Daten kann Dir der Anbieter für Deine Zwecke liefern?
- ☐ Füllt der Anbieter seine Daten mit anderen auf (soziodemographische Daten, statistische Zwillinge etc.)?

4. Unabhängigkeit der Daten

- ☐ Erhältst Du die Intent-Daten auf Wunsch auch ohne Medieninventar?

Diese 9 Fehler solltest Du beim Kauf von Intent Data vermeiden



5. Aktualität der Daten

- ☐ Wie "frisch" sind die Daten, die Du erhältst? Werden die Daten dynamisch gesammelt (automatisch aktualisiert bei einer Änderung)?

6. Integration der Daten

- ☐ Kannst Du die Daten in Deine vorhandenen Tools integrieren?

7. Ressourcen

- ☐ Hast Du genügend Mitarbeitende und Kapazitäten, um Intent Data überhaupt gewinnbringend einsetzen zu können?

8. Berechtigung zur Weiterverwendung von Daten

- ☐ Darfst Du die erhaltenen Daten mit Deinen Daten kombinieren?
- ☐ Ist die Datennutzung nur für einen bestimmten Zeitraum erlaubt?

9. Unterteilung von Intent

- ☐ Liefert Dir der Drittanbieter auch Daten zu einer bestimmten Phase der Customer Journey (Buyer Intent vs. Customer Intent Data)?