

De effecten van instore media in Nederlandse supermarkten

Uitkomsten van het Vision Tracking onderzoek nu beschikbaar

Inzicht in de effectiviteit van instore media

Inzicht in shopper- en koopgedrag

Analyses voor uw categorie, merk en op formuleniveau



Bestel nu het rapport voor uw categorie of merk!

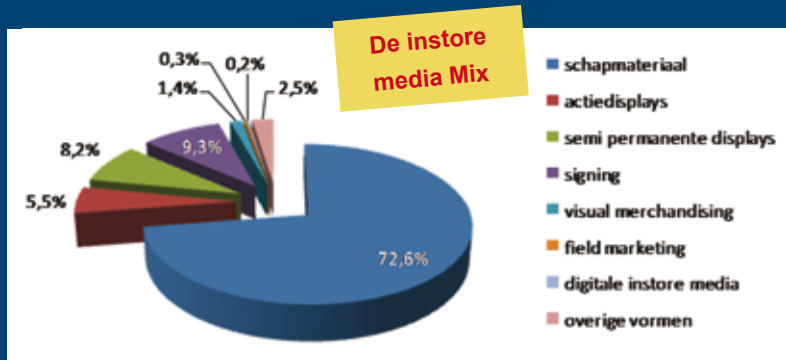
Het Vision Tracking onderzoek

in 12 Nederlandse supermarkten heeft een schat aan informatie opgeleverd. Tien merkfabrikanten en vier retail organisaties namen deel aan dit eerste grootschalige marktonderzoek. De resultaten bieden inzicht in de effectiviteit van alle vormen van instore media (meer dan 50) en het shopper- en koopgedrag van 980 shoppers.

Analyses zijn mogelijk op categorie niveau, merkniveau en winkelformule niveau.

Enkele voorbeelden

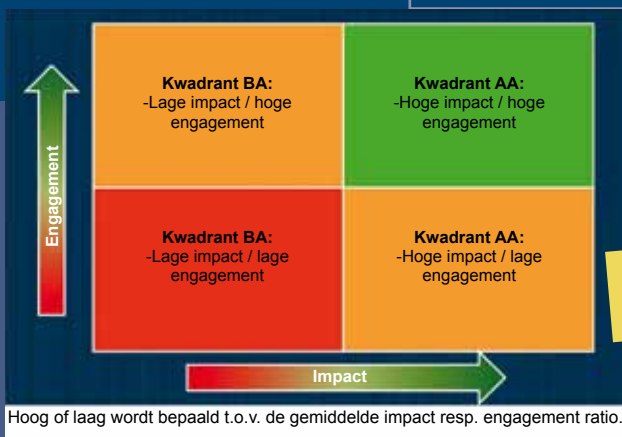
De samenstelling van de instore mediamix.



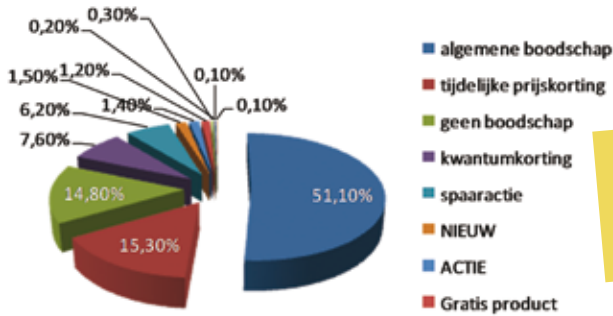
De effectiviteit van de aanwezige soorten instore media uitgedrukt in Impact Ratio, Engagement Ratio en Conversion Ratio.

Alle retailers

Aantal shoppers	980
Hoeveelheid instore media	15.961 stuks
Impact	14,6%
Engagement	8,4%
Conversion	5,2%



De effectiviteit van instore media



De effectiviteit van de instore reclameboodschap

Maar u krijgt ook de analyses van shopper- en aankoopgedrag. Hoeveel shoppers komen langs uw categorie, kijken, stoppen en kopen? (of niet). Welke kenmerken hebben deze shoppers?

MAR Material by Height - Overall



	Quantity of items	% of Total
Above Head Height (over 2.0m)	1,540	9.6%
Head Height (1.6 - 2.0m)	3,420	21.4%
Chest Height (1.1 - 1.5m)	4,011	25.1%
Waist Height (0.6 - 1.0m)	3,715	23.3%
Knee Height (0.1 - 0.5m)	3,164	19.8%
Floor Height (0m)	111	0.7%

VOORBEELD Shoppers met koopintentie wijn



Attentiewaarde	83%
Interactie waarde	39%
Directe conversie	37%
Totale conversie	74%

De effectiviteit van de hoogte van het instore materiaal

De Conversietrechter

POPAl Benelux stelde een drietal rapportages voor u samen:

Het Instore Marketing Rapport
Het Merk Specifieke Instore Marketing Rapport
Het Merk en Retailer specifieke Instore Marketing Rapport

Het Instore Marketing Rapport

Media Type	Gemiddeld + variatie
Media Boodschap	Gemiddeld + variatie
Media Hoogte	Gemiddeld + variatie
Bench Marks	Niet
Shopper funnel	Niet
Shopper funnel naar shopper profile	Niet
Service	Rapport in Word verstuurd
Prijsstelling	Leden: € 1.450,- Niet-leden: € 1.950,-

Het Merk Specifieke Instore Marketing Rapport

Media Type	Specifiek naar Categorie en Merk
Media Boodschap	Specifiek naar Categorie en Merk
Media Hoogte	Specifiek naar Categorie en Merk
Bench Marks	t.o.v. algemeen
Shopper funnel	Categorie
Shopper funnel naar shopper profile	Niet
Service	Rapport in Word verstuurd + 1 presentatie
Prijsstelling	Leden: € 9.500,- Niet-leden: € 14.500,-

Het Merk en Retailer Specifieke Instore Marketing Rapport

Media Type	Specifiek naar Categorie, Merk en Retailer
Media Boodschap	Specifiek naar Categorie, Merk en Retailer
Media Hoogte	Specifiek naar Categorie, Merk en Retailer
Bench Marks	t.o.v. algemeen & relevante categorieën
Shopper funnel	Categorie, Merk en Retailer specifiek
Shopper funnel naar shopper profile	Categorie en Merk specifiek
Service	Rapport in Word verstuurd + 1 presentatie
Additioneel	Workshops (2x) met POP Suppliers + reclamebureau; hoe te vertalen naar beleid en link met bestaande insights (€ 6.500,-)
Prijsstelling	Leden: € 24.500,- Niet-leden: € 29.500,-

Bestel nu!

Maak uw keuze, ga naar de website van POPAl Benelux en bestel nu het rapport van uw categorie of merk (www.popai.nl/visiontracking). Voor vragen neem contact op met: Bram Nauta bram@popai.nl of telefoon: +31(0)573 471011

Noot: *het is niet mogelijk rapporten te bestellen in de volgende categorie: maaltijdoplossingen, koffie en thee, bier, koek & biscuit, tussendoortjes, suikerwerk, chocolade, petfood, bloemen en planten, tijdschriften, vruchtensappen.*