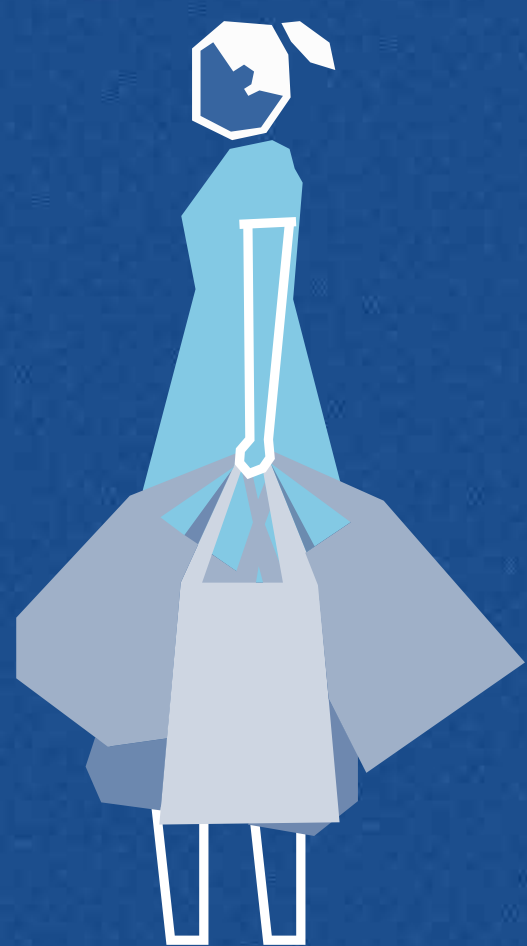
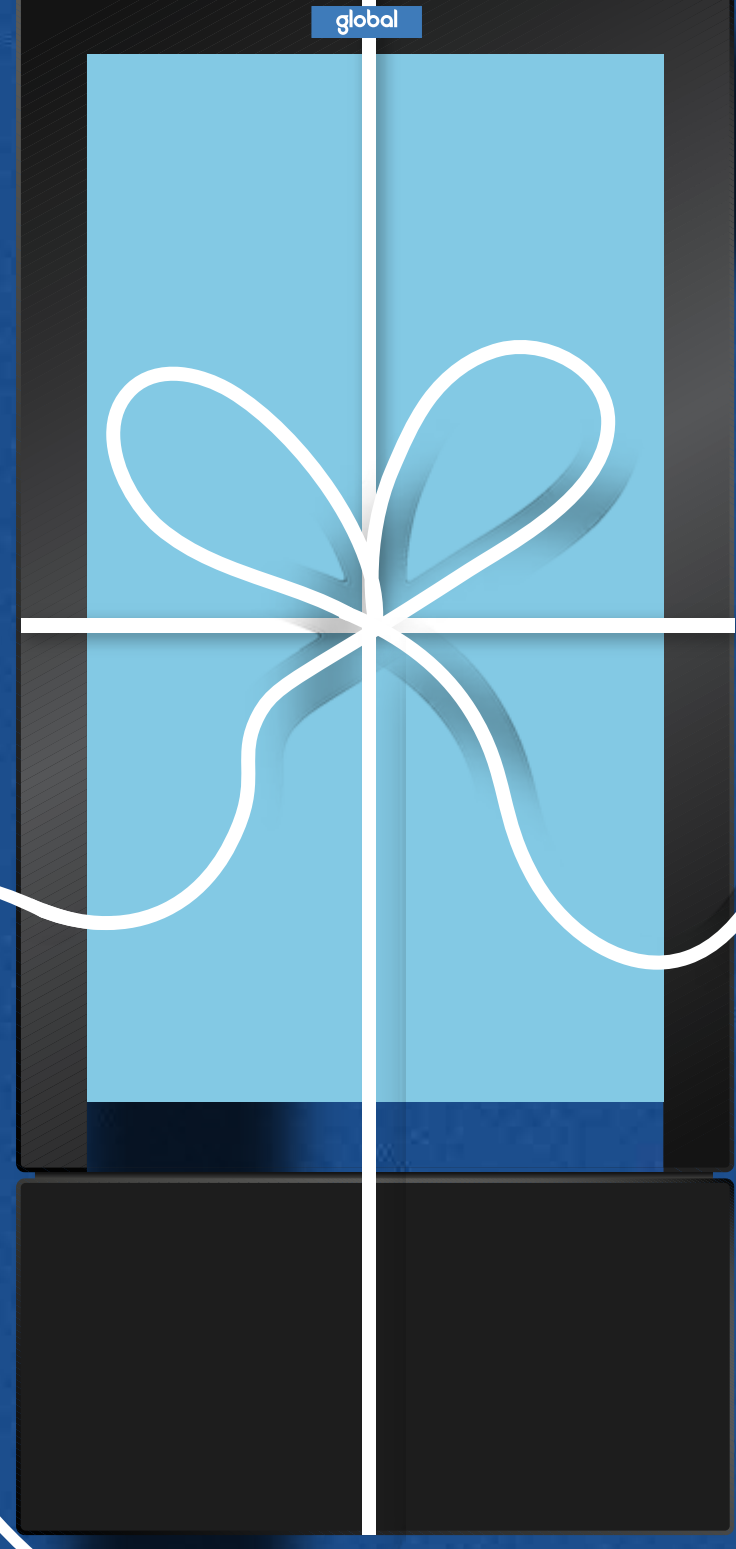


global

ZET JOUW FEESTDAGEN CAMPAGNE NU IN!



Consumenten zijn al volop bezig met het doen van inkopen voor de feestdagen.

Deze trend start elk jaar een beetje eerder. **Half oktober heeft 30% van de Nederlanders al Sint-aankopen gedaan en bijna een kwart voor kerst.** De consumenten die voor oktober al zijn gestart met hun inkopen geven naar verwachting uiteindelijk +23% meer uit.

Jouw doelgroep bezoekt steeds meer de offline winkel

De consument kiest offline shoppen boven online. Voornamelijk **Millennials** en **GenZ** geven aan aankomend jaar meer dan twee derde van hun inkopen offline te doen. Sfeer en aanbiedingen zijn hiervoor de voornaamste reden.



36%

van de adverteerders heeft de feestdagen campagne nu al live staan

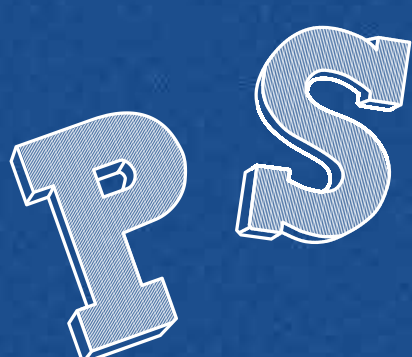
bron: thuiswinkel.org en sitecore

VERWACHTE ACTIVITEITEN tijdens het winkelen



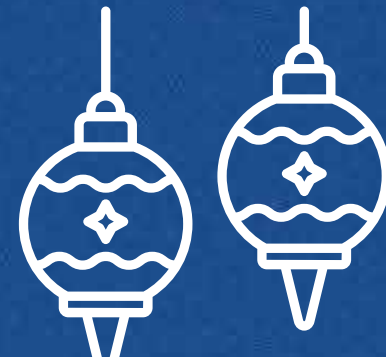
32%

Is op zoek naar **deals** tijdens de feestdagen



30%

Koopt producten die alleen verkrijgbaar zijn tijdens **de feestdagen**



54%

Koopt **kerstcadeaus**

MEER MENSEN DIE OFFLINE SHOPPEN BETEKENT OOK MEER BEREIK MET JOUW CAMPAGNE.

verandering in feestdagen inkopen afgelopen jaar	totaal	NET 18 naar 44	NET 45+
meer online	20%	31% ↑	14%
meer offline	27%	33% ↑	24%
hetzelfde	52%	37%	62% ↑

Door in te spelen op een relevant moment zien we een toename van

12%

in effectiviteit.

Bron: MeMo²

EFFECTIEF MET DOOH

In aanloop naar de feestdagen kunnen consumenten niet wachten om jouw aanbiedingen en acties te zien. Op onze **+3000 digitale schermen** is het mogelijk om in te spelen op het juiste moment, op de juiste locatie en bij jouw doelgroep. Door je campagne op deze manier in te zetten, zien we een stijging in effectiviteit van maar liefst **32%**.

ONTDEK WAAR JOUW DOELGROEP SHOPT

	ONLINE SHOPPING	OFFLINE SHOPPING
eten & drinken	12%	64%
beauty	22%	41%
tech	28%	34%
kleding	30%	33%
speelgoed	25%	33%
entertainment, media, boeken	30%	27%
reizen	41%	23%

MAAK JOUW CAMPAGNE KLAAR VOOR DE FEESTDAGEN EN ZET IN OP DOOH