



Meer winkelbezoek met hetzelfde budget ?

Emile Muijsen
Country Manager NL

Bart van Benthem
Growth Manager NL

 **SHOPFULLY**

Wie zijn jullie?



Retailer

Focus op
drive-to-store en
margebehoud.



Brands

Zichtbaarheid
en rotatie in het
schap.



Media Agencies

Optimale
media-mix en
bewezen ROI.

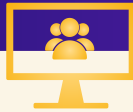
Het probleem

We zijn extreem goed geworden in reageren op **intent**.



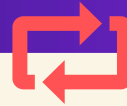
Search

Het opvangen van expliciete zoekvragen op het moment van behoefte.



CRM

Gepersonaliseerde nurturing op basis van historisch gedrag.



Retargeting

Relevant blijven voor shoppers die interesse hebben getoond.



Loyalty

De cirkel rond maken door de meest waardevolle intentie te belonen.

De realiteit

📈 CPM's **stijgen**

🎯 Targeting wordt **moeilijker**

🛡️ Privacy neemt **toe**





Veel **winkelbezoek** ontstaat
zonder actieve **zoekintentie** .

De shopper journey gebeurt niet meer op één plek.

Gister



Vandaag



Waarom werkte de folder zo goed?



De kracht van de **folder** :

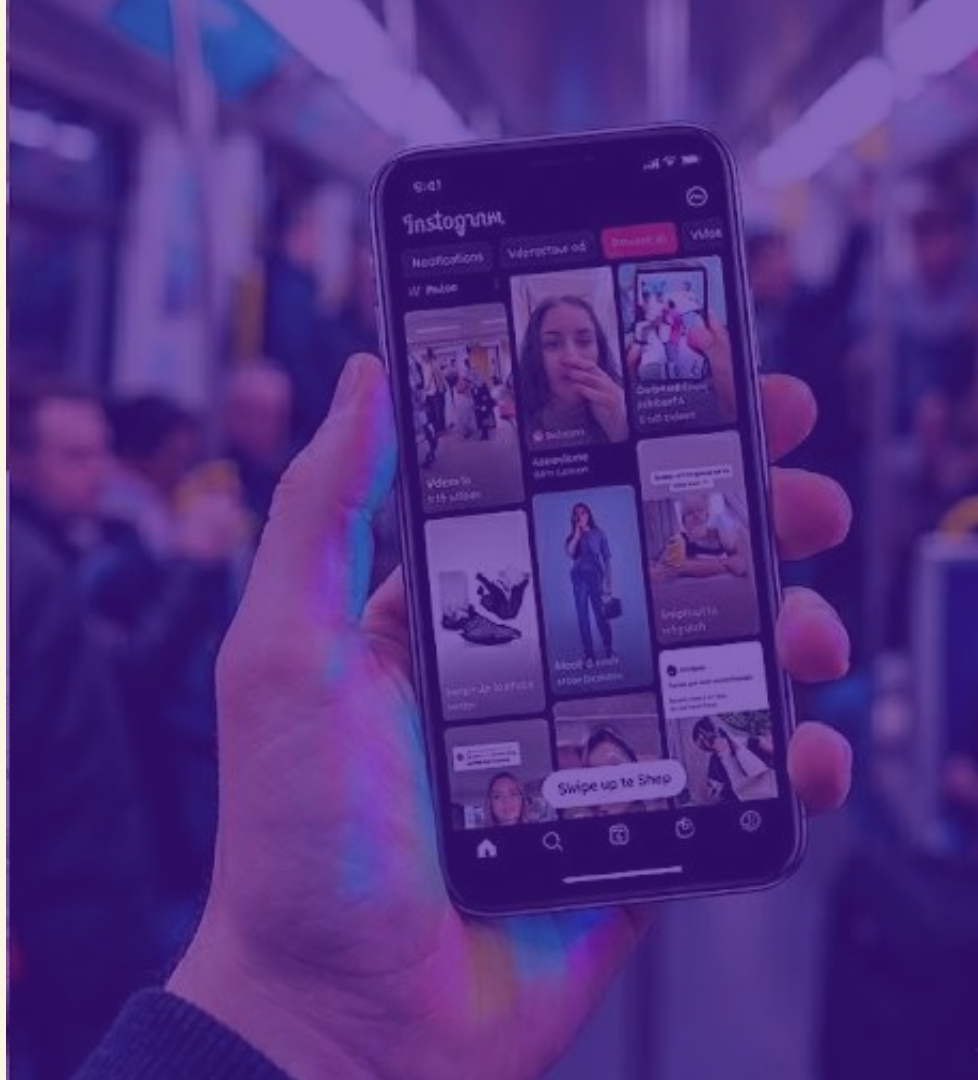
 **Massaal bereik**

 **Lokaal relevant**

 **Inspirerend**



DIGITAAL VERVING DE FOLDER MAAR NIET ZIJN FUNCTIE



Niet elke **winkel** is hetzelfde...



De winst zit vaak niet in meer **bereik**
Maar in slimmer **lokaal** sturen.



Vrijwillige aandacht werkt anders dan geforceerde aandacht.

Banners



Ø 1.7 sec vs Ø 30 sec.

Onderbreken vs Ontdekken

Flyer story



Inspiratie is overal
Maar winkelbezoek blijft lokaal



Retail heeft vandaag eigenlijk Vier uitdagingen.



**Versnipperde
Aandacht**



**Lokale
verschillen**



**Te weinig
aandacht**



**complexe link
tussen media
en
winkelbezoek**

**Shopfully helpt retailers en brands
om producten en winkelkeuze eerder te beïnvloeden.**



Marktleiden in Drive To Store Marketing

400M+ Shoppers

Online bereikt

2.000+ Klanten

retailers & brands

27+ landen

en >20 kantoren

*SHOPFULLY



Australia



SA



Canada



USA



LATAM

Al meer dan
17 JAAR
Ervaring in Retail

2.000+ Klanten

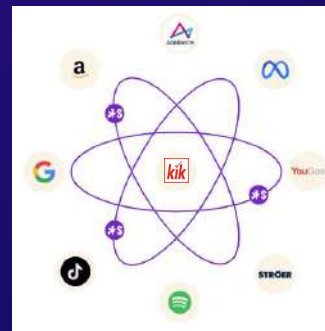
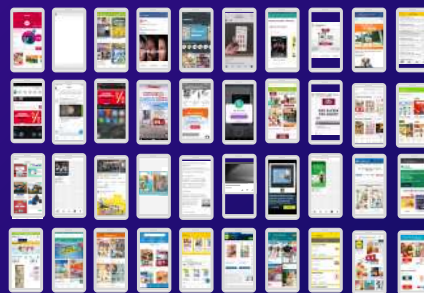


meer dan
450+
Digitale Experts



Bereikt
400M+
Shoppers
online

Tot wel 200
kanalen per Flight



Premium Partner
advertising
networks

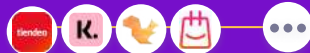


Een groot bereik betekent niet dat je daadwerkelijk invloed uitoefent



ORGANISCH OP RETAILERS WEBSITE

Niche van loyale consumenten



MARKETPLACES

Community van shoppers op zoek naar digitale aanbiedingen



SHOPPER NETWORK

Contextueel bereik



EXTENDED NETWORK

Breed en divers (en goed getarget) bereik



—VERSCHILLENDE BEREIKS-NIVEAUS en CUSTOMER JOURNEY—

Maximaal Bereik

11 MILJOEN
UNIEKE SHOPPERS

*Directe toegang tot het grootste premium netwerk van Nederland. Altijd brand-safe, altijd in de juiste context



*SHOPFULLY

Nieuws & Actualiteiten



Lifestyle & Women



Food & Recepten



Sport & Entertainment



Utility



Onze Hyperlocal Intelligentie technologie vereenvoudigt de complexiteit

AUTOMATISERING VIA HET HI PLATFORM

- Automatische creatie van honderden **hyperlokale campagnes**
- **Real time Optimalisatie** om engagement te realiseren



ELK
UUR



VOOR ELKE
INDIVIDUELE
WINKEL



CROSS
CHANNEL

- Versimpeld inkopen met **CPR garantie** ongeacht de SF inkoopprijs



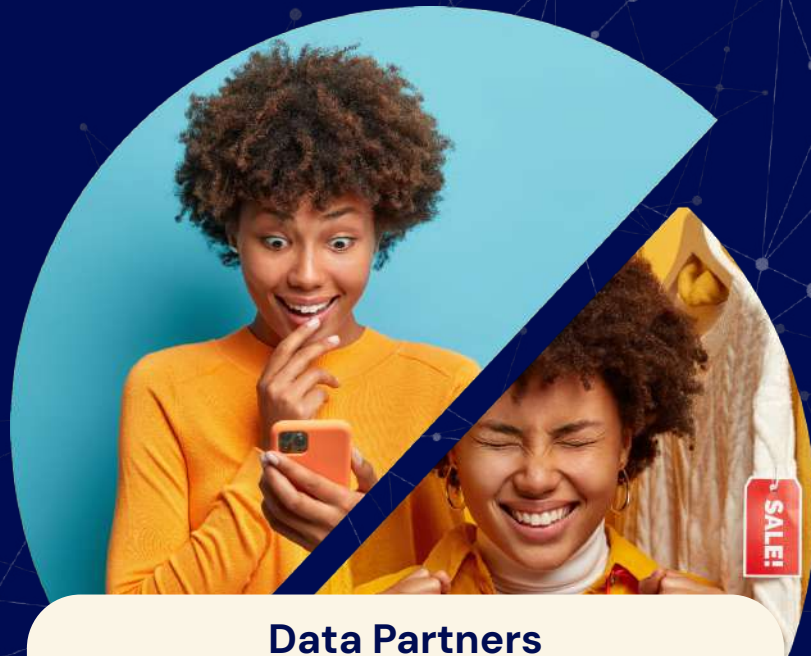
Sellout analysis with data partners

We analyze the in-store revenue generated by the digital Shopfully campaign.

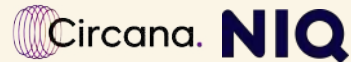
Through partnerships with retail checkout data panels, Shopfully is able to deliver an analysis that isolates the **impact of the digital campaign** and measures the **uplift in sales of the promoted product in stores** during the campaign period.

In addition to performance, results related to product sales are also included in the reporting:

- **Revenue uplift:** incremental revenue generated by the campaign for a single product or product line
- **Short-term ROI:** campaign return on investment compared to category benchmarks



Data Partners for Sellout analyses



Prerequisites (NIQ):

1. Campaign running across at least 3 retail partners
2. Even product distribution across retailers

CASES



+10M
Impressions during campaign



+11%
Uplift instore



» DOELSTELLING

Versterk de zichtbaarheid van uw promotionele aanbiedingen bij een doelgroep die de catalogi van relevante retailers bekijkt op de platformen van Tiendeo.fr (App, website, mobiele site, etc.).

» TYPE ADVERTENTIE

Promotie om klanten te trekken naar 74 winkels van Carrefour City, Auchan, Super U en Intermarché.

» STRATEGIE



Meet de impact van de Nutella-promotie door het effect van de Tiendeo-inzet op de verkoop te analyseren via Nielsen. Activatie van Nutella Biscuits T22 in 42 willekeurig gekozen winkels binnen de geconfigureerde opzet.

» Formats

Standaard Catalogue Unlimited Reads via Hi Extended Network

Edeka Südbayern 700 WINKELS

ELKE WINKEL EIGEN ASSORTIMENT

*SHOPFULLY



Hyperlocal "Always-on" Drive2store Strategie



INZET

Wekelijkse activatie van 8 focus producten per winkel.



Hyperlocal

Content specifiek afgestemd op de lokale voorraad/relevantie.



Geoptimaliseerd

Elk uur, voor elke vestiging, over alle kanalen heen



Investering

Slechts €22 tot €35 per winkel, per week.

*SHOPFULLY



Resultaten



151 M
Impressies



7.7 M
Interacties



23%
Sales Uplift *

Shopfully Nederland

* SHOPFULLY



Tim Fricke

Customer Success Manager



Bart van Benthem

Growth Manager



Emile Muijsson

Country Manager

#TopTeam

VRAGEN?