

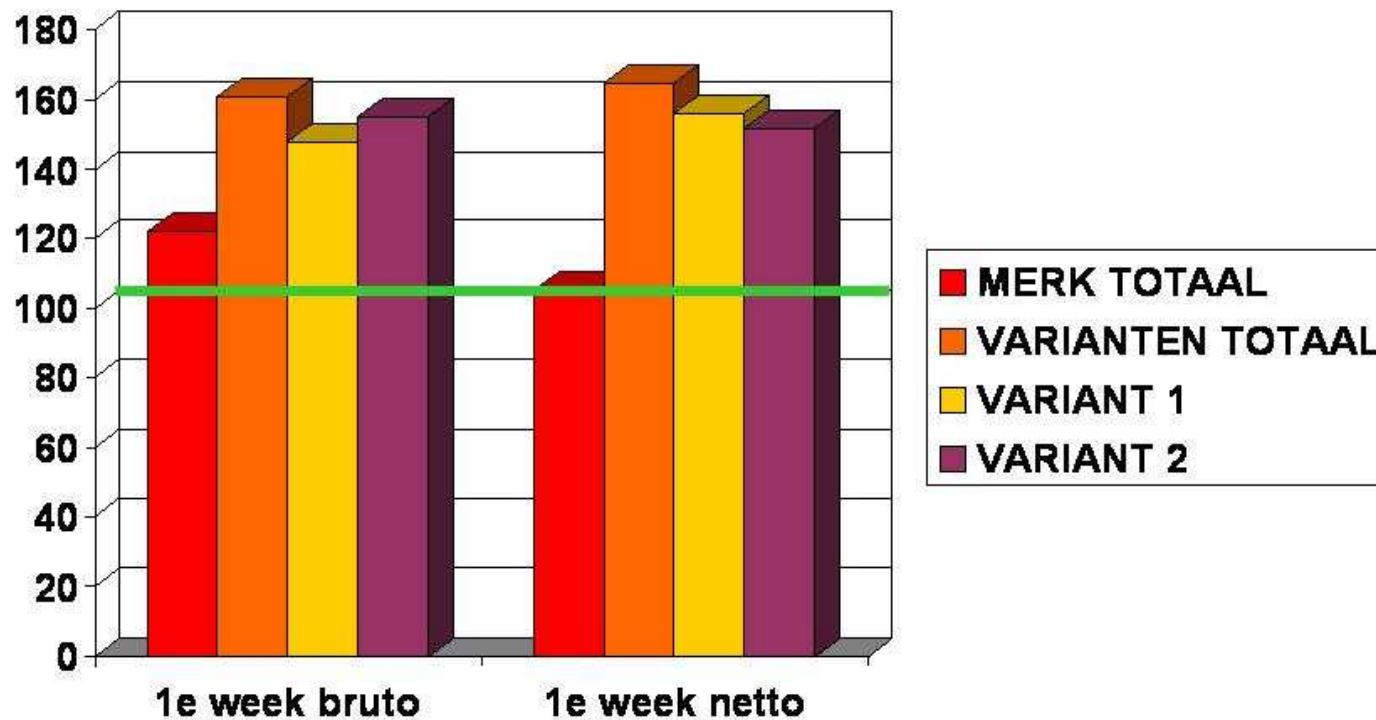
Kwantitatief onderzoek

- Nielsen onderzoekt:
effect van campagne Supermarkt TV op sales
- Basis voor Nielsen:
een EAN code (barcode) van het product
- 4 weken voorafgaand aan campagne:
Nielsen meet sales = controleperiode
- Tijdens campagne:
 - Nielsen meet sales in winkels van Supermarkt TV
bruto sales effect
 - Nielsen meet sales in controlewinkels (3 per winkel)
filteren resultaat landelijke acties of inzet andere media
- Indices worden gedeeld, resultaat:
netto sales effect van Supermarkt TV



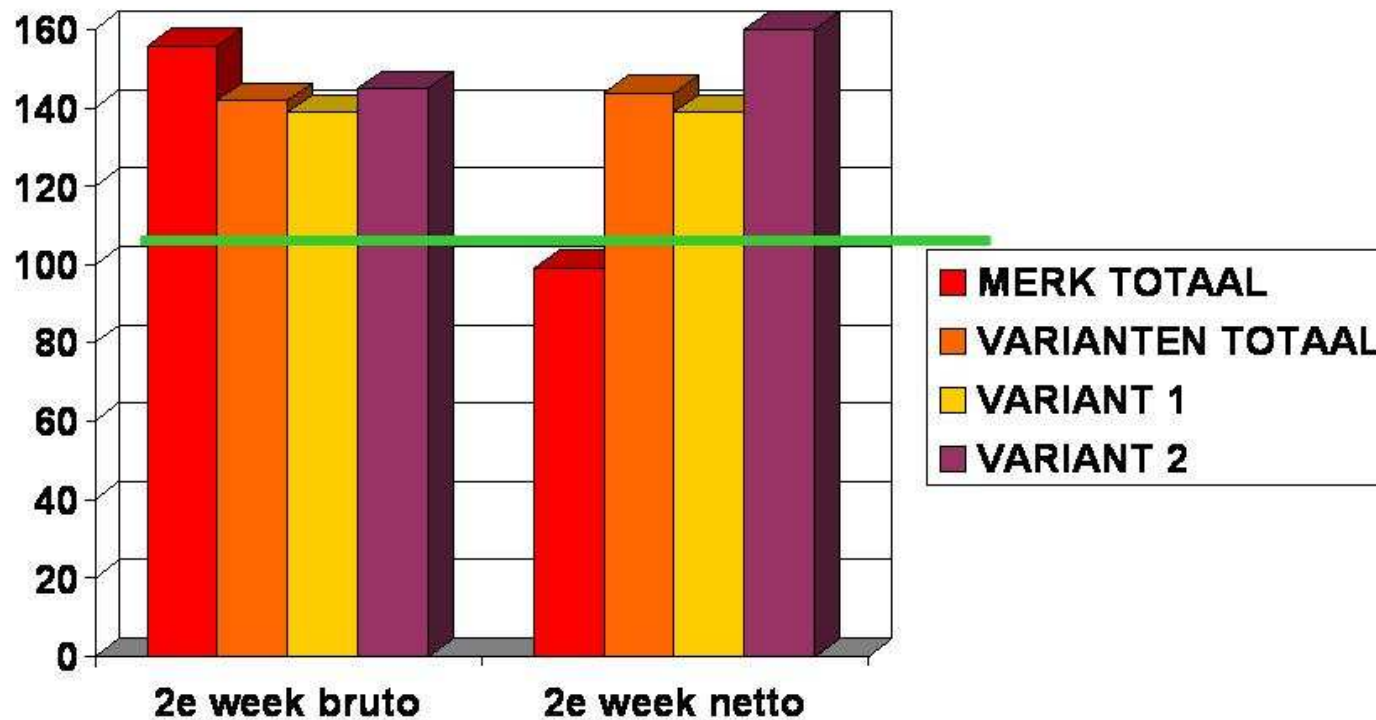
Case vruchtensap

1^e week

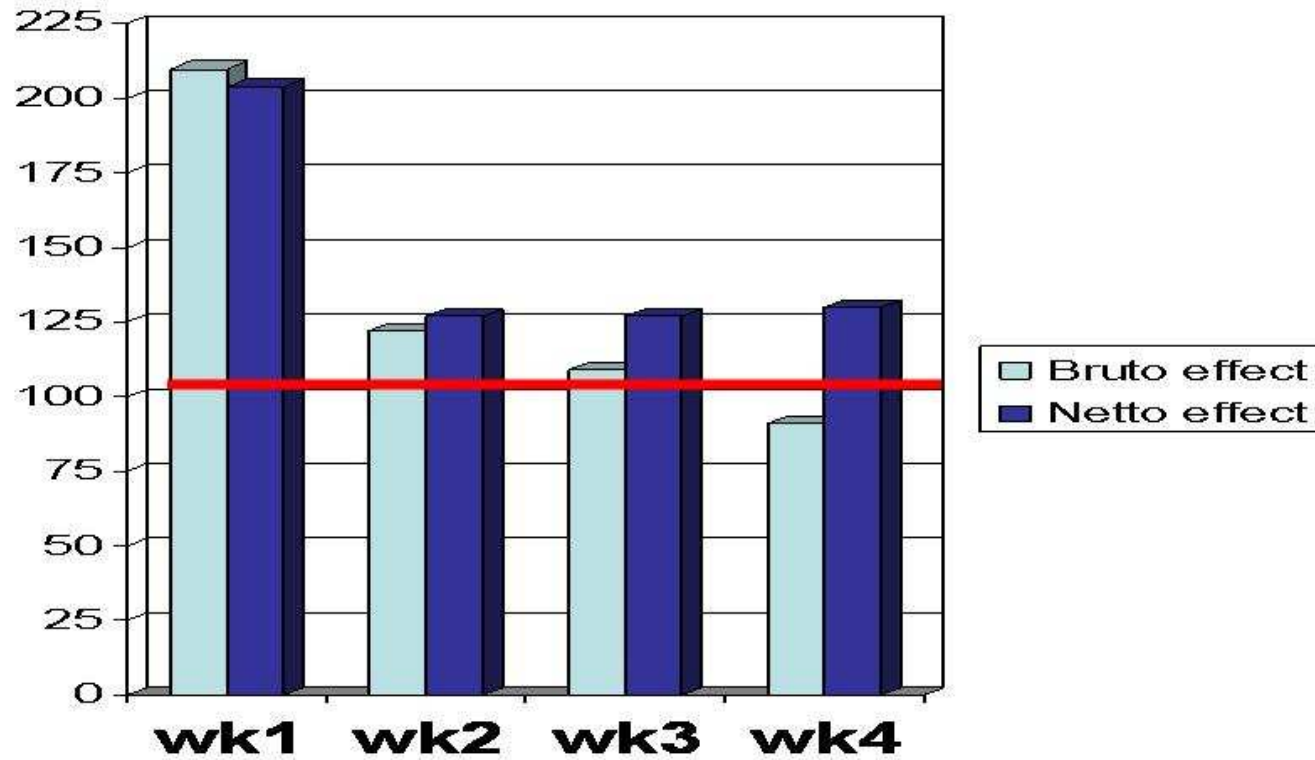


Case vruchtensap

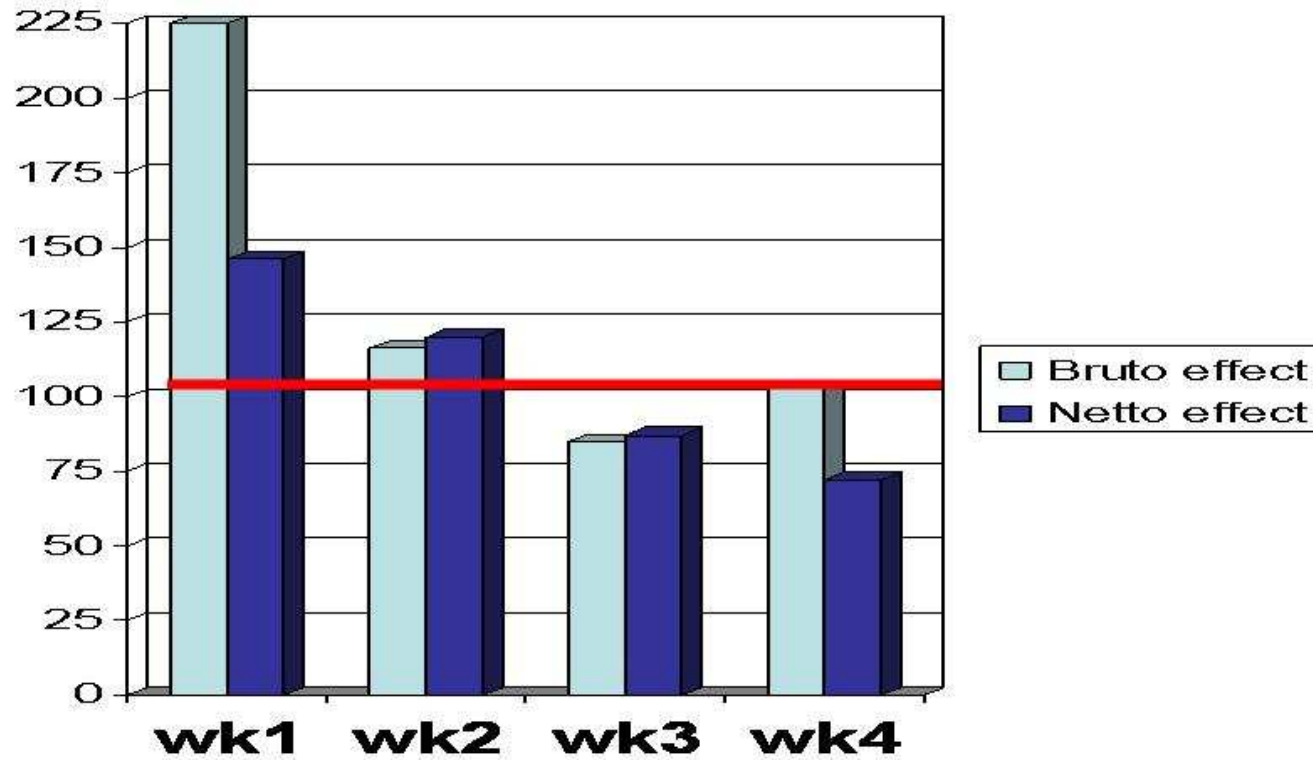
2^e week



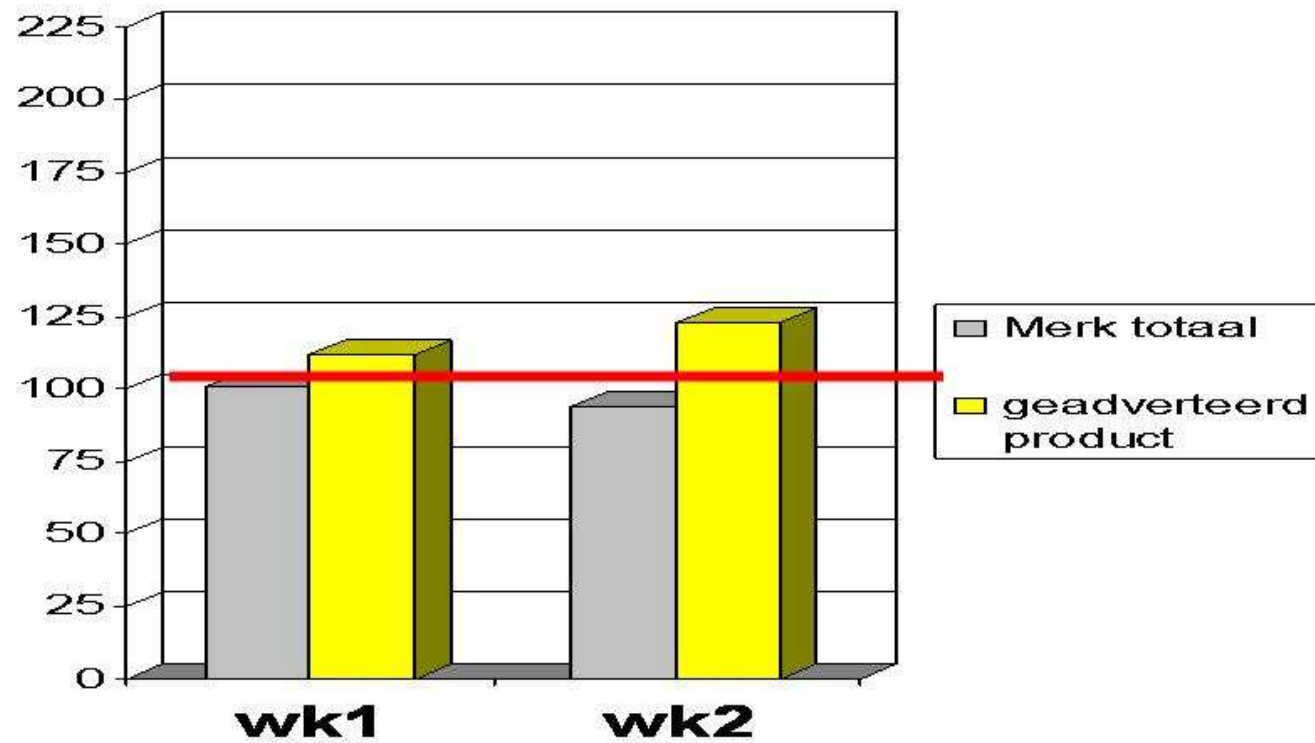
Case speciaal bier in blik



Case regulier bier



Case toiletreiniger



Case kaasspread

