

- Persbericht -

**Omzetstijging Supermarkt TV van POSTV bewezen effectief.
Nielsen: 'Categorieën KW en Vers in 2009 door Supermarkt TV sterk in beweging gebracht'**

Hilversum, 6 januari 2010: Onderzoek van Nielsen toont aan dat het inzetten van Supermarkt TV een zeer effectieve manier is voor extra aandacht en omzetstijging op de winkelvloer.

Sinds de introductie van Supermarkt TV in maart 2008 hebben tientallen A merken geadverteerd op de inmiddels 1200 schermen die het netwerk rijk is.

Nielsen heeft een eigen scan voor Supermarkt TV ontwikkeld. Elke adverteerder op Supermarkt TV heeft toegang tot een objectieve rapportage op basis van deze scan. De scan beslaat altijd vier weken voorafgaand aan de uitzenddata en de daadwerkelijke actieperiode. De winkels met Supermarkt TV worden afgezet tegen het drievoudige aantal controle winkels om de analyse zo betrouwbaar mogelijk te houden. De cijfers geven direct het effect van de inzet van Supermarkt TV weer.

Diana Niemer, productmanager Supermarkt TV: 'De cijfers van 2009 liggen in lijn met de cijfers van 2008, hiermee wordt de validiteit van de resultaten onderstreept. Wij hebben een uitstekend beeld wat Supermarkt TV voor de diverse categorieën kan doen, mede door de verschillende soorten A-merken die de afgelopen twee jaar op Supermarkt TV hebben geadverteerd. Gebaseerd op de cijfers van 2008 en 2009 laat de categorie zoetwaren een index van 125 zien. In 2009 springt ook de vers categorie eruit met een index van 112. Niemer: 'De reden hiervoor kan zijn, dat deze categorie uit een zeer groot assortiment bestaat en veel merken binnen deze categorie onzichtbaar worden, voor hen is Supermarkt TV een uitkomst om meer aandacht op de winkelvloer te krijgen!'. In 2009 hebben ook diverse Non-Food merken geadverteerd op Supermarkt TV, opvallend is: dat het omzeteffect met een gemiddelde index van 107 met name in de tweede week van de campagneperiode te zien is. Belangrijk is dat voor elke adverteerder goed wordt gekeken naar de meest effectieve campagneperiode, dit kan een week, twee weken of vier weken zijn. De categorie KW blijft met een index van 112 net als vorig jaar goed presteren.

POSTV is in september 2007 begonnen met het benaderen van zelfstandige ondernemers van de formules PLUS, C1000, Super de Boer, MCD en Jumbo voor Supermarkt TV. In maart 2008 waren de eerste 25 supermarkten ingericht met schermen. Nog geen jaar later beslaat het netwerk van Supermarkt TV 200 aangesloten supermarkten van gemiddeld 1000m² vvo. Supermarkt TV wordt nu uitgezonden in 80 supermarkten van verschillende formules en 120 Coop en SuperCoop winkels. Het bereik van Supermarkt TV bedraagt 3 miljoen shoppers per week.

In 2009 hebben vele A-merken geadverteerd op de schermen. Onder andere Knorr, Completa, Sheba, Alpro Soya, Slankie, Eru, Danone Actimel, Danone Activia, Coolbest, Campina, Ajax, Silan, Chocomel, Brand, Appelsientjes, Senseo en Duvel. hebben Supermarkt TV ingezet voor hun advertentiecampaagnes.

POSTV

POSTV, onderdeel van de Neo Media Group, biedt retailers toegang tot het grootste digital signage-netwerk van Europa en Noord-Amerika. Met een focus op de sectoren fast moving consumer goods en consumenten-elektronica installeert, beheert, onderhoudt en exploiteert POSTV een groeiend aantal Instore TV-netwerken bij gerenommeerde retailers. Voor meer informatie: www.neoadvertising.com.

- Einde persbericht -

Noot voor de redactie niet voor publicatie

Meer informatie
POSTV
Diana Niemer
035 6222 750
diana@postv.nl