

ISMI SHOPPER MARKETING AWARDS 2020



AGENDA

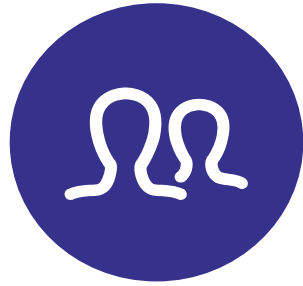
- Doelstellingen
- Doelgroep
- Barrières in shoppergedrag
- Touchpoints & middelen
- Resultaten



Doelstellingen



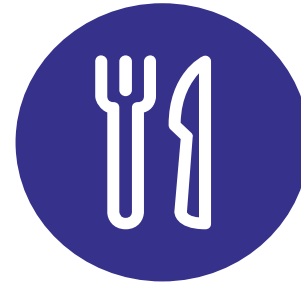
Sales uplift:
Factor 2 (x-6
vs x+6)



Penetratie
verhogen
van Casa di
Mama met
index **102**



Binden van
huidige
shoppers en
nieuwe
shoppers
aantrekken



300
proevers per
dag / **41.400**
proevers
totaal



Merkimago
versterken

Doelgroep

- Alle shoppers die boodschappen doen bij de Albert Heijn
- Kenmerken van de shopper:
 - Vaak hoofd van het gezin
 - Op zoek naar een lekkere en makkelijk te bereiden avondmaaltijd voor het hele gezin



Barrières in shopper gedrag

- Shoppers weten niet dat de Casa di Mama pizza een verse bodem heeft (t.o.v. andere diepvries pizza's) die rijst in de oven
- Shoppers zijn niet goed op de hoogte van het belang van de juiste bereiding:
 - Afbakken op 250 graden is essentieel om de kwaliteit en smaak van de pizza te waarborgen



Triggers ingezet om shoppergedrag te beïnvloeden

- Live Casa di Mama pizza's afbakken & uitleg geven over het product
- In-store tasting → proeven = geloven!
- Beleving/confrontatie op de winkelvloer
 - Pop-up pizzeria, geur van pizza
- Premium
 - Gratis pizzasnijder bij aankoop van 2 Casa di Mama pizza's



Touchpoints & middelen

- Pre-activatie:
 - Aankondigingsposters
- In-store:
 - Flyers met product informatie
 - Activatie
 - Tasting
- Post-activatie:
 - Gebruik van de Dr. Oetker pizzasnijder



Resultaten

- **Extra aantal shoppers:**

- Penetratie → index 110 in de demo winkels (t.o.v. winkels zonder demo) gedurende plaatsing van de pop-up pizzeria
- Penetratie → index 105 post-demo week in demo winkels (t.o.v. winkels zonder demo)

- **Hogere besteding:**

- Sales uplift factor 2,5 in demowinkels gedurende plaatsing van de pop-up pizzeria (t.o.v. winkels zonder demo)
- Sales uplift factor 1,2 post-demo week in demo winkels (t.o.v. winkels zonder demo)

- **Reacties van winkeliers:**

- Zowel centraal als via de buitendienst vanuit meerdere winkels de vraag gekregen of de Casa di Mama pop-up pizzeria in hun winkel geplaatst kon worden

- **Reacties van shoppers - quotes:**

- ‘De setting van de pop-up pizzeria is echt prachtig!’
- ‘Ik ben onder de indruk van de presentatie van de pop-up pizzeria!’
- ‘De bodem van de pizza is lekker krokant!’
- ‘Het pizzadeeg smaakt heel goed’