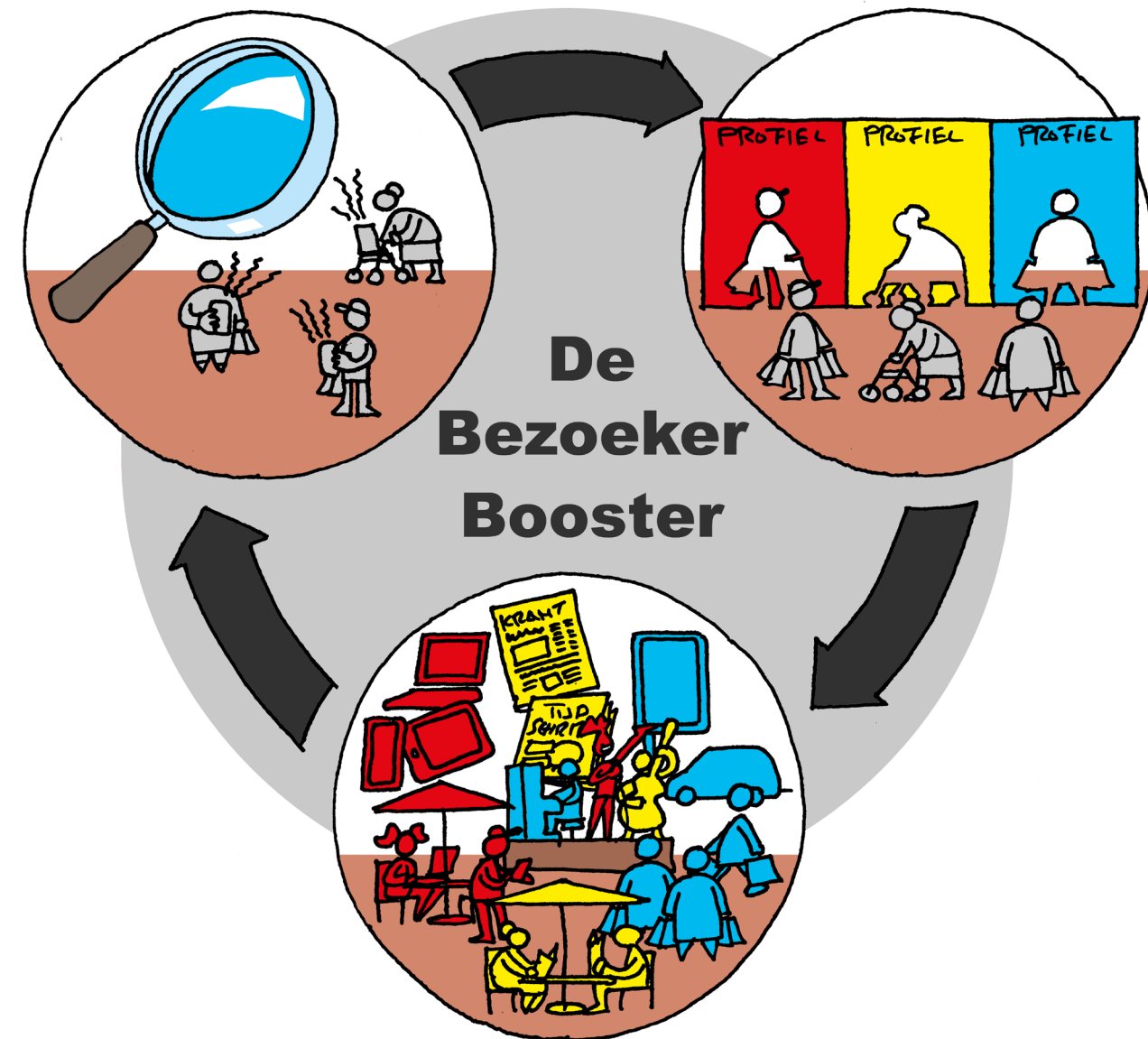
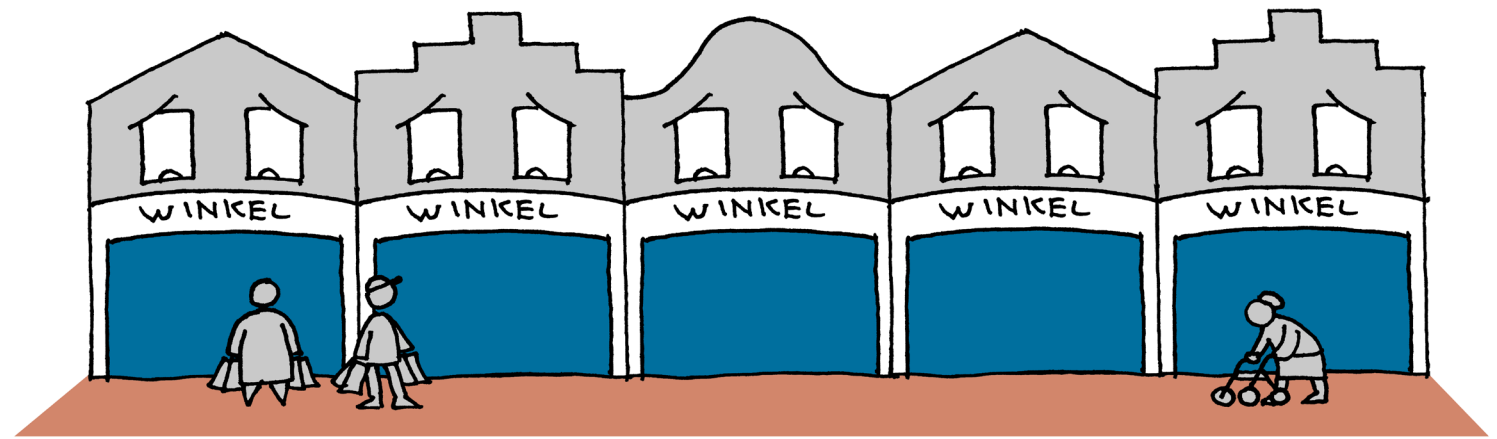


DE BEZOEKER BOOSTER DATAGEDREVEN MARKETING VOOR ELK WINKELGEBIED



IN 7 STAPPEN NAAR EEN SUCCESVOL WINKELGEBIED

Het ene winkelgebied is het andere niet, maar allemaal hebben ze te maken met grote en kleine uitdagingen. Om er twee te noemen die hardnekkig zijn: online shoppen en leegstand. En toch hebben wij een slimme manier gevonden om mensen te verleiden weer naar jouw winkelgebied te komen en passend (winkel)aanbod te bieden.

Hoe doe je dat? Met onze Bezoeker Booster. Dat is de manier om de aandacht te trekken van het winkelend publiek. We hebben een 7 stappen model ontwikkeld waarbij we slim

gebruik maken van data.

In een periode die niet langer duurt dan twee maanden leer jij je bezoekers kennen, ontdek je het kansrijke winkelprofiel en krijg je 7 acties om jouw specifieke doelgroep te bereiken. De Bezoeker Booster is dé manier om de huidige problemen de baas te worden.

De Bezoeker Booster is een product van Bureau Buhrs, Whooz en Perfect Place.

ONS AANBOD BETROUWBARE DATAGEDREVEN MARKETING

Analyses huidige bezoekers: Perfect Place onderzoekt het winkelgedrag van de huidige bezoekers door (anonieme) data van mobiele telefoons. De resultaten van het onderzoek brengen we helder in kaart met een dashboard.

Inzicht in kansrijke winkelprofielen: Deze data worden door Whooz 'vertaald' naar winkelprofielen. Dat is van belang omdat we nu de (kansrijke) bezoeker leren kennen. We weten wat hun wensen zijn en waar zij zich bevinden.

De juiste aanpak op maat: Bureau Buhrs vertaalt de winkelprofielen naar 7 concrete adviezen om de bezoekers te bereiken, inclusief een uitwerking van een eerste marketingactie.

ONZE DATA GEEFT INZICHT IN:

- Offline winkelgedrag over een langere periode
- Kansrijke winkelprofielen
- Benchmark: concurrerende locaties en hun bezoekers
- Beste marketingacties
- Profilerings
- Keuze voor branchering



STAP 1: ANALYSE BEZOEKERS LOCATIE

We onderzoeken hoe lang de bezoekers in het winkelgebied blijven en op welk moment ze dat het liefste doen. We kijken naar de trend van het aantal bezoekers in de afgelopen 1,5 jaar en hoe vaak ze per week of per maand naar het winkelgebied komen.

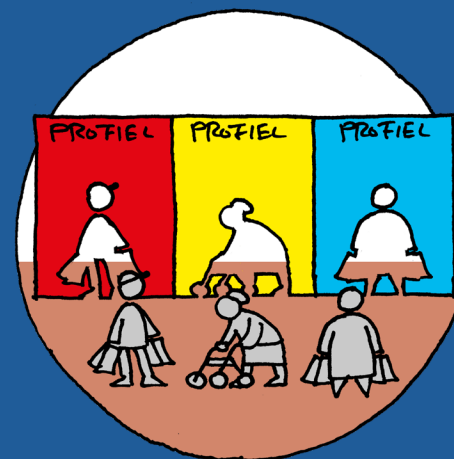
STAP 2: ANALYSE HERKOMST VAN BEZOEKERS

Wonen de bezoekers in de buurt van het winkelgebied of wonen ze verder weg? En hoe zit het met de dagjesmensen en de toeristen?

Bepaal binnen twee maanden de beste strategie voor jouw winkelgebied met onze data, kennis en creativiteit. Meer weten? Neem contact met ons op.

PERFECT PLACE

Het platform voor datagedreven locatiebeslissingen. Van data naar waardevolle informatie.
anton@perfectplace.nl
06-15008150



STAP 3: PROFILERING VAN BEZOEKERS

Van groot belang is het om de (kansrijke) bezoekers van het winkelgebied te leren kennen. Wat heeft zijn of haar voorkeur? Waar wordt het meeste geld aan besteed? Om de bezoekers te leren kennen, hebben wij 7 winkelprofielen opgesteld waarin de bezoekers worden verdeeld. Van ieder winkelprofiel kennen wij het winkelgedrag. Dus kunnen we nu bijvoorbeeld gaan onderzoeken of het winkelaanbod aansluit bij de potentiële bezoekers.

STAP 4: BEPALEN WIJZE VAN BENADEREN VAN BEZOEKERS

Als het winkelgedrag van de kansrijke bezoekers in kaart is gebracht, kunnen zij met een gerichte marketingactie worden verleid om (vaker) naar het winkelgebied te komen. Belangrijk is het om wat wij over de bezoekers te weten zijn gekomen, 'te vertalen' naar een passend funshopaanbod dat op de manier die de bezoekers aanspreekt onder de aandacht wordt gebracht. We maken een marketingactieplan met de 7 beste adviezen.

STAP 5: CAMPAGNES RICHTING BEZOEKERS

Nu ga je zelf aan de slag met het actieplan. Wij ondersteunen je uiteraard graag verder als dat nodig is.

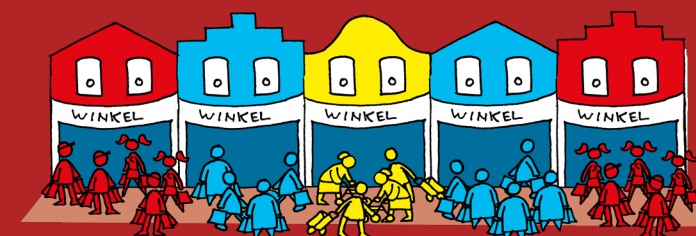
WHOOZ

Optimaal doelgroepinzicht voor het vinden en binden van klanten. Whooz maakt big data begrijpelijk en toepasbaar voor maximaal rendement uit klanten en prospects.
jan@whooz.nl
06- 22930296



STAP 6: MONITOREN CAMPAGNES

De marketingactie is pas geslaagd als er nieuwe bezoekers naar het winkelgebied komen. Met onze data is het eenvoudig om de vinger aan de pols te houden en te kijken of een actie het gewenste resultaat heeft (gehad). Door het tijdig bijsturen wordt het rendement van de marketingactie vergroot.



STAP 7: VERHOGEN KANSRIJKE BEZOEKERS EN OPTIMALISEREN BRANCHERING

Het is gelukt! Door het verzamelen van data heb je je kansrijke bezoekers leren kennen die je met slimme acties hebt verleid naar het winkelgebied te komen, waardoor het gebied weer op de kaart staat. Dat is positief voor jou, voor je collega's en voor de buurt.

BUREAU BUHRS

Gespecialiseerd in marketing en communicatie van (binnen) steden, winkelgebieden en - centra. Van strategie tot uitvoering, van positionering, (re)-branding tot campagnes, placemaking en evenementen.
info@bureaubuhrs.nl
020-6325805