

INZET MARKETING- ACTIVITEITEN

De inzet van digitale marketingactiviteiten is nu nog marginaal maar heeft wel de toekomst.



In vrijwel elke binnenstad werken partijen samen aan het toekomstbestendig maken van het winkelgebied. Deze collectieven ondernemen verschillende marketingactiviteiten om meer bezoekers te trekken. Wat voor marketingactiviteiten organiseren ze en waarom?



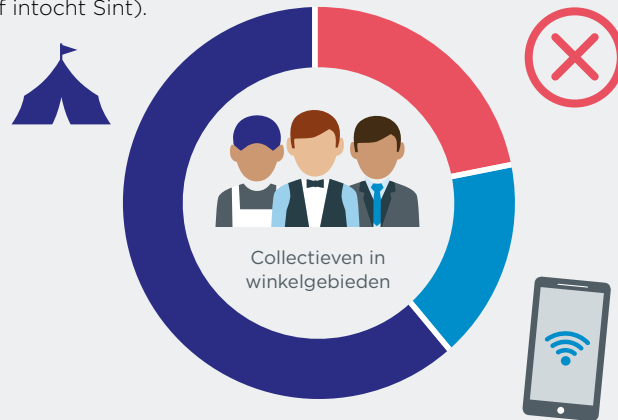
HET ACTIVITEITENAANBOD

56%

organiseert alleen **evenementen** (bijv. kerstmarkt of intocht Sint).

25%

organiseert **geen** activiteiten.



19%

biedt **digitale activiteiten** zoals: publieke wifi, cadeaubonnen, klantenkaart en gezamenlijke kortingsacties.

TOP 3 BELANGRIJKSTE DIGITALE ACTIVITEITEN VOOR TOEKOMST WINKELGEBIED*



* volgens collectieven.

WAT HEBBEN COLLECTIEVEN DIE **DIGITALE** MARKETINGACTIVITEITEN AANBIEDEN GEMEEN? **



Geen digitale activiteiten
Winkelleegstand 2008 - 2016 **+100%**

Inzet
activiteiten
lijkt een gevolg
van **hoge**
toename
leegstand.



Wel digitale activiteiten
Winkelleegstand 2008 - 2016 **+170%**

Goede organisatie
van
collectief.

- Concrete actieplannen
- Meetbare doelstellingen
- Voldoende mankracht
- Betrokken deelnemers binnen het collectief

Collectieven die **geen digitale activiteiten** aanbieden.

Gemiddeld **actief** op

2

social media.

Collectieven die **wel digitale activiteiten** aanbieden.

Gemiddeld **actief** op

3

social media.

Actief
op social
media.

Succesvolle
online
kanalen.



** in vergelijking met collectieven die geen marketingactiviteiten of alleen evenementen organiseren.