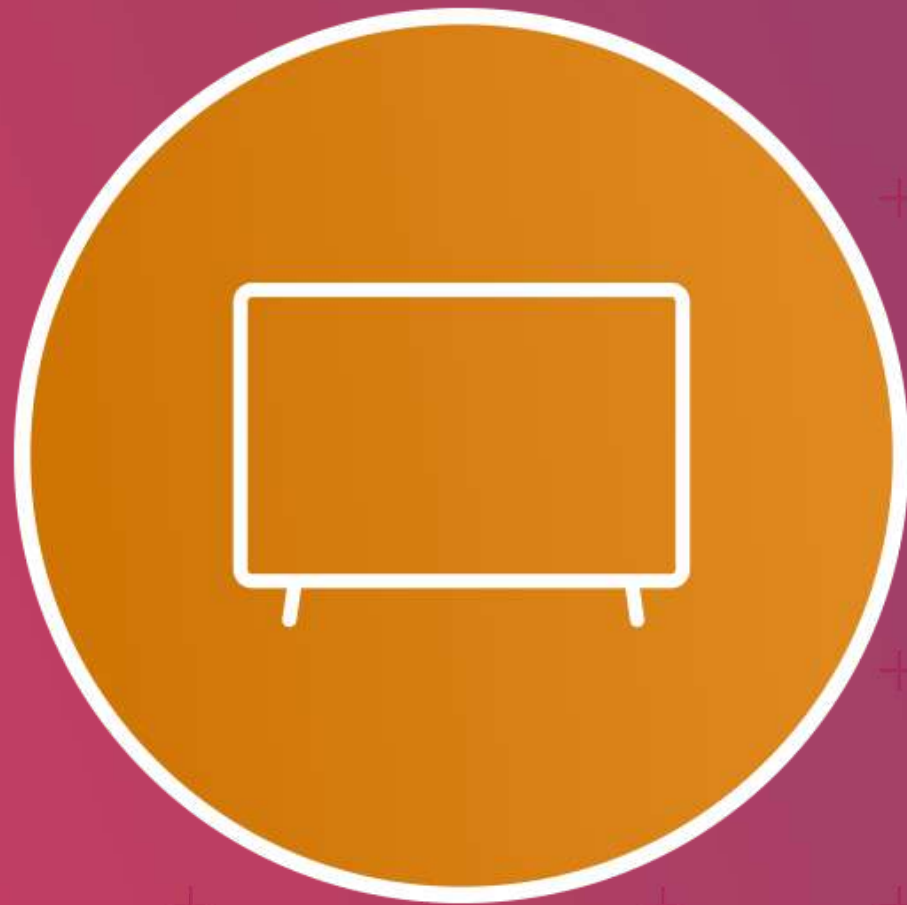


Ad Alliance Research

De impact van samen kijken op reclame-effectiviteit

Najaar 2024

De impact van Total Video



Groot scherm



Samen kijken



Aandacht




Brand safety



Samen kijken



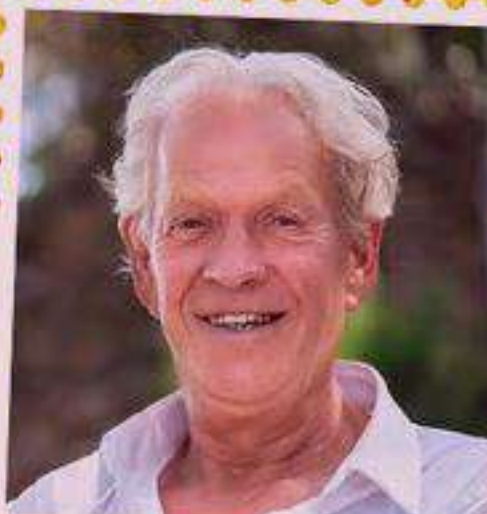
Mirjam 



Arno



Anja 

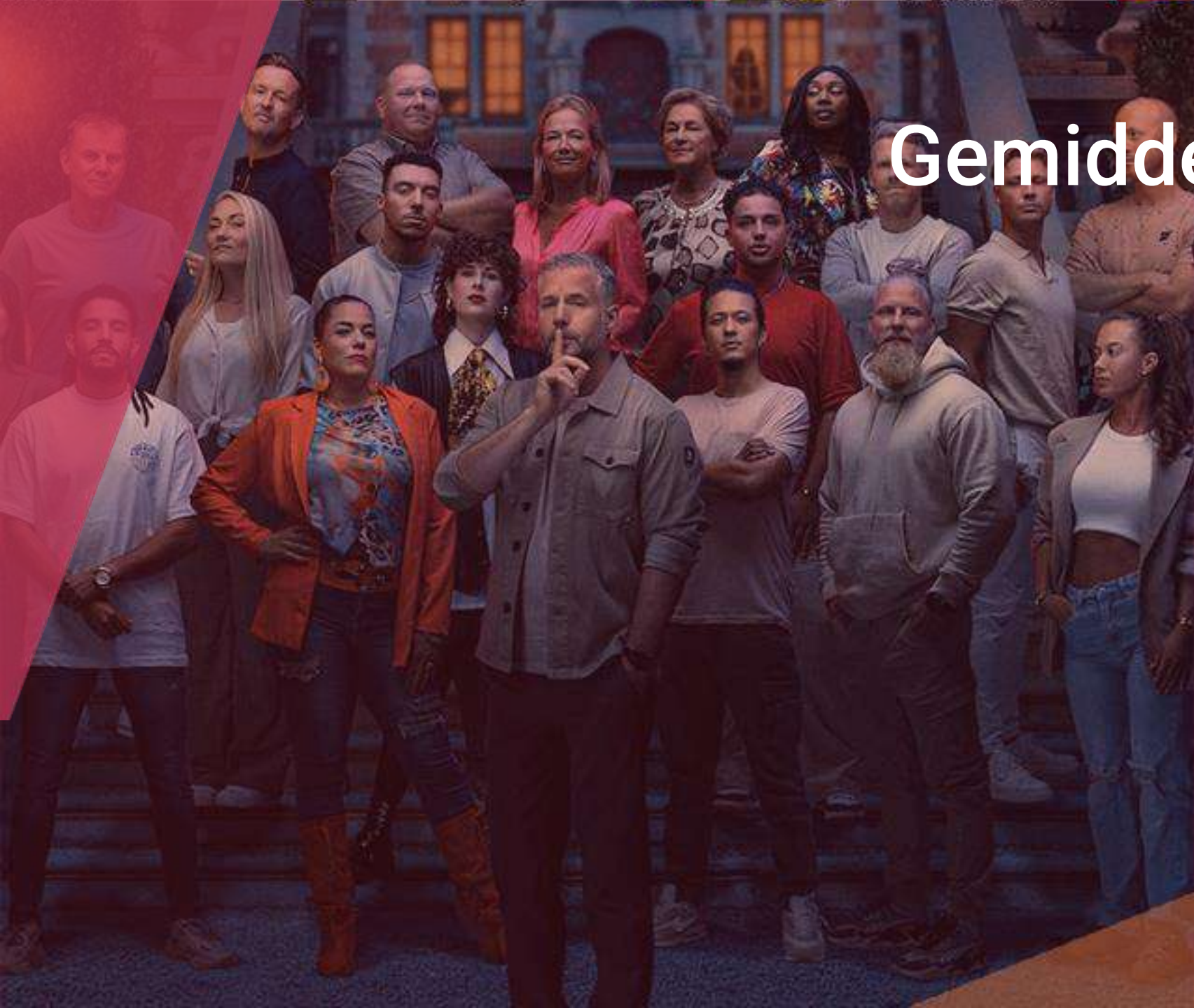


Albert 



1 = 2

Gemiddeld staat 1 view op SAVOD voor 2 kijkers



Onderzoeksvragen



Leidt samen kijken tot een **grotere effectiviteit** van reclame dan wanneer er alleen gekeken wordt?



Wat is de impact van samen kijken op **aandacht**, **merkherinnering** en **effect dieper** in de **funnel**?

1

Samen kijken maakt
de **content leuker**

Mensen die **samen keken** beoordelen
'Het Perfecte Plaatje op Reis'
met een **hoger cijfer**.

7,0

Alleen kijken

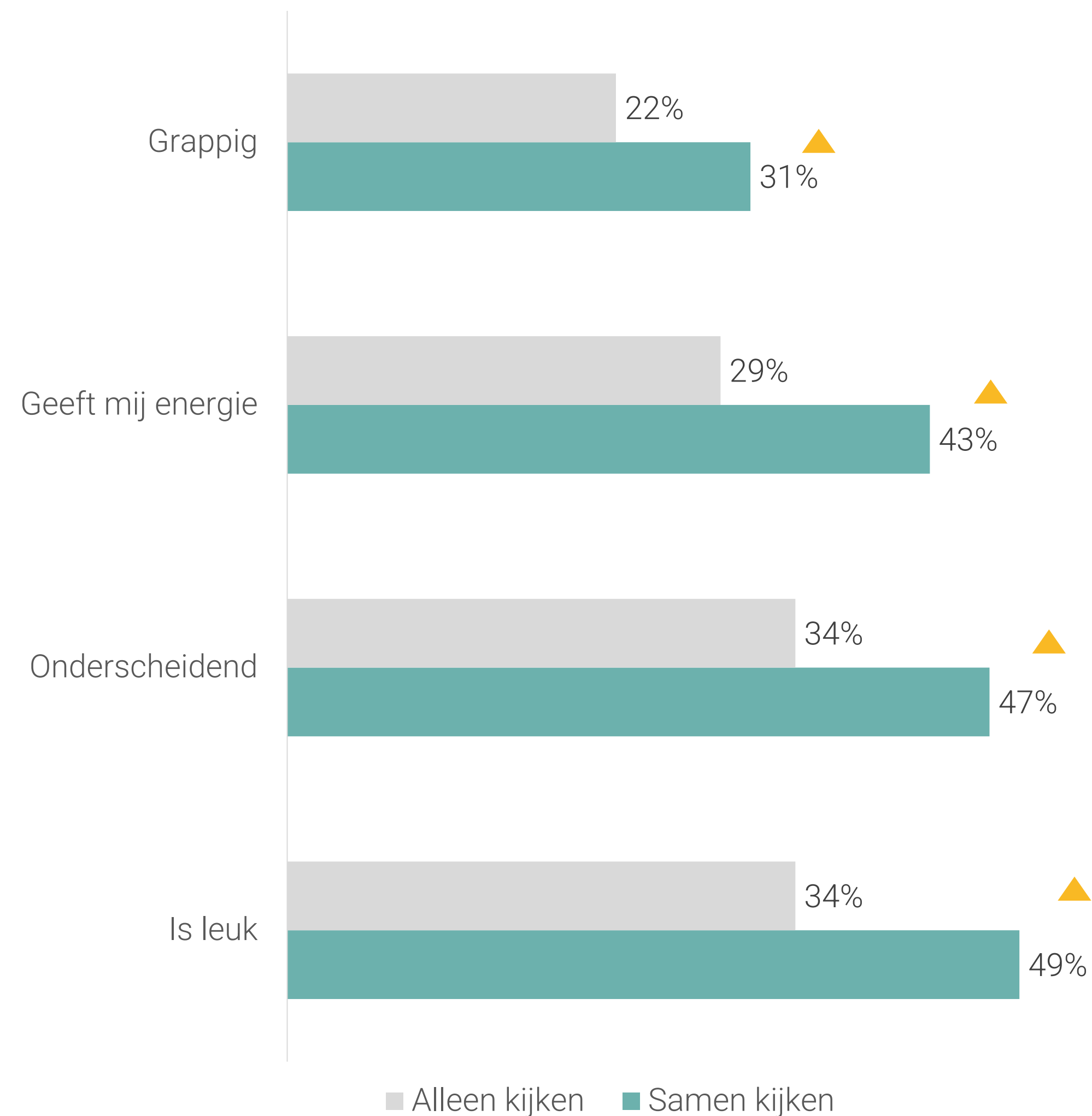
7,3

Samen kijken

2

Dit geldt ook voor de **advertenties**:
samen kijken zorgt voor een
positievere waardering

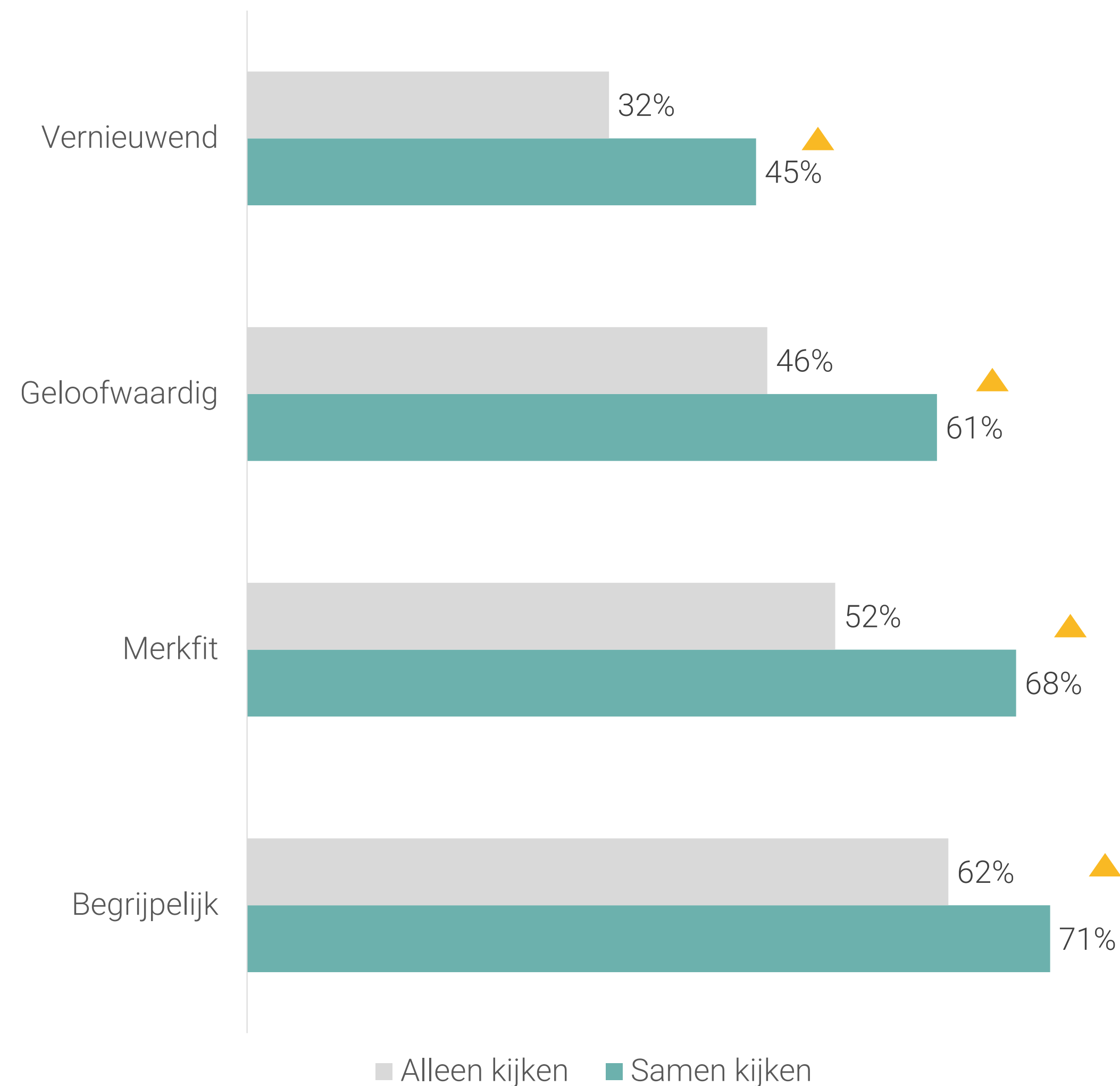
Het samen kijken
zorgt voor een
**hogere emotionele
waardering** van
advertenties



Vraag: We willen u nu enkele stellingen voorleggen die te maken hebben met de commercial.
Kunt u voor iedere stelling aangeven hoe u de commercial beoordeelt?

▲ Significant verschil

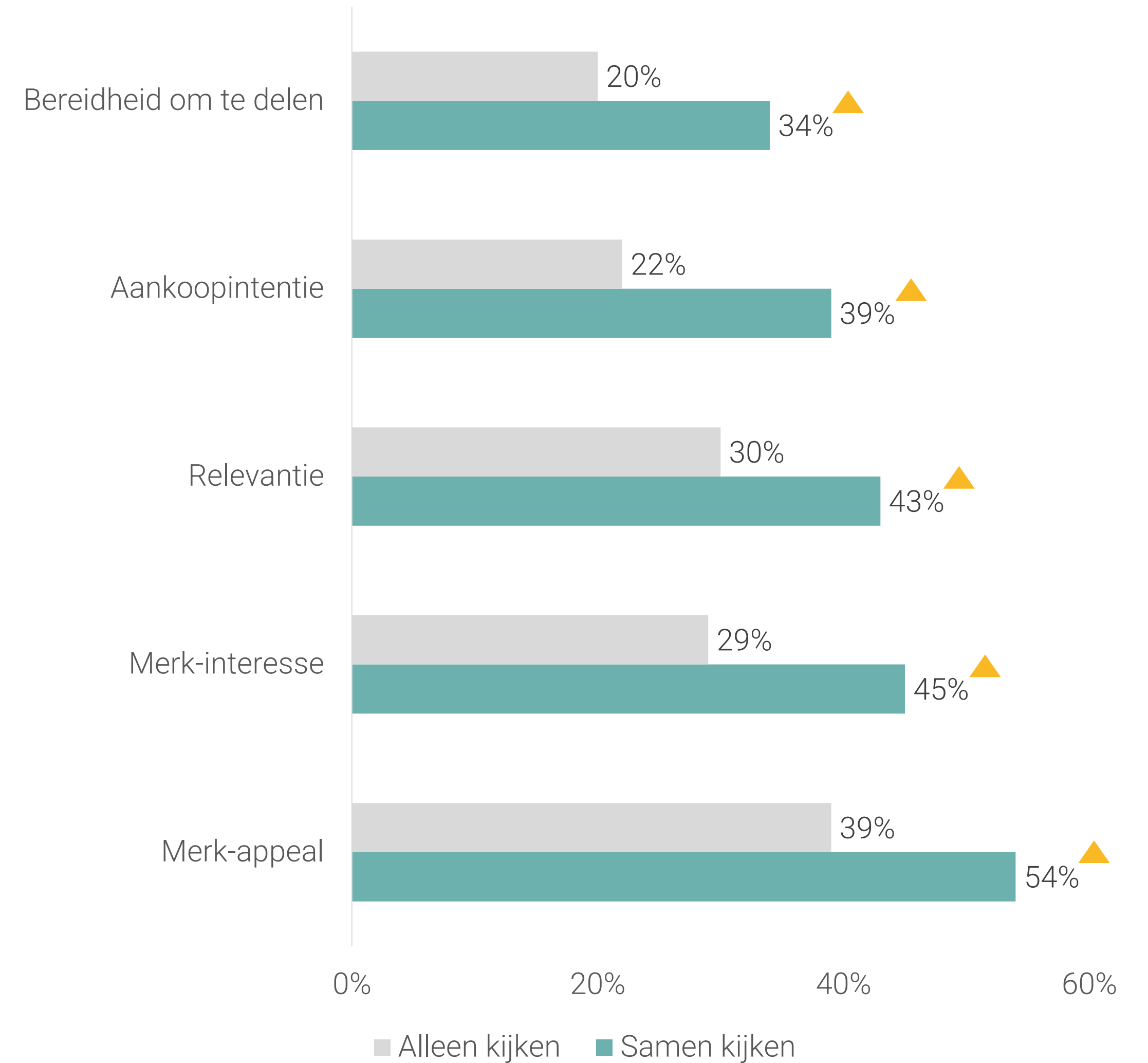
Advertenties scoren
ook hoger op
rationale aspecten
als **merkfit** en
geloofwaardigheid



Vraag: We willen u nu enkele stellingen voorleggen die te maken hebben met de commercial.
Kunt u voor iedere stelling aangeven hoe u de commercial beoordeelt?

▲ Significant verschil

Ook zet samen kijken aan tot **actie**



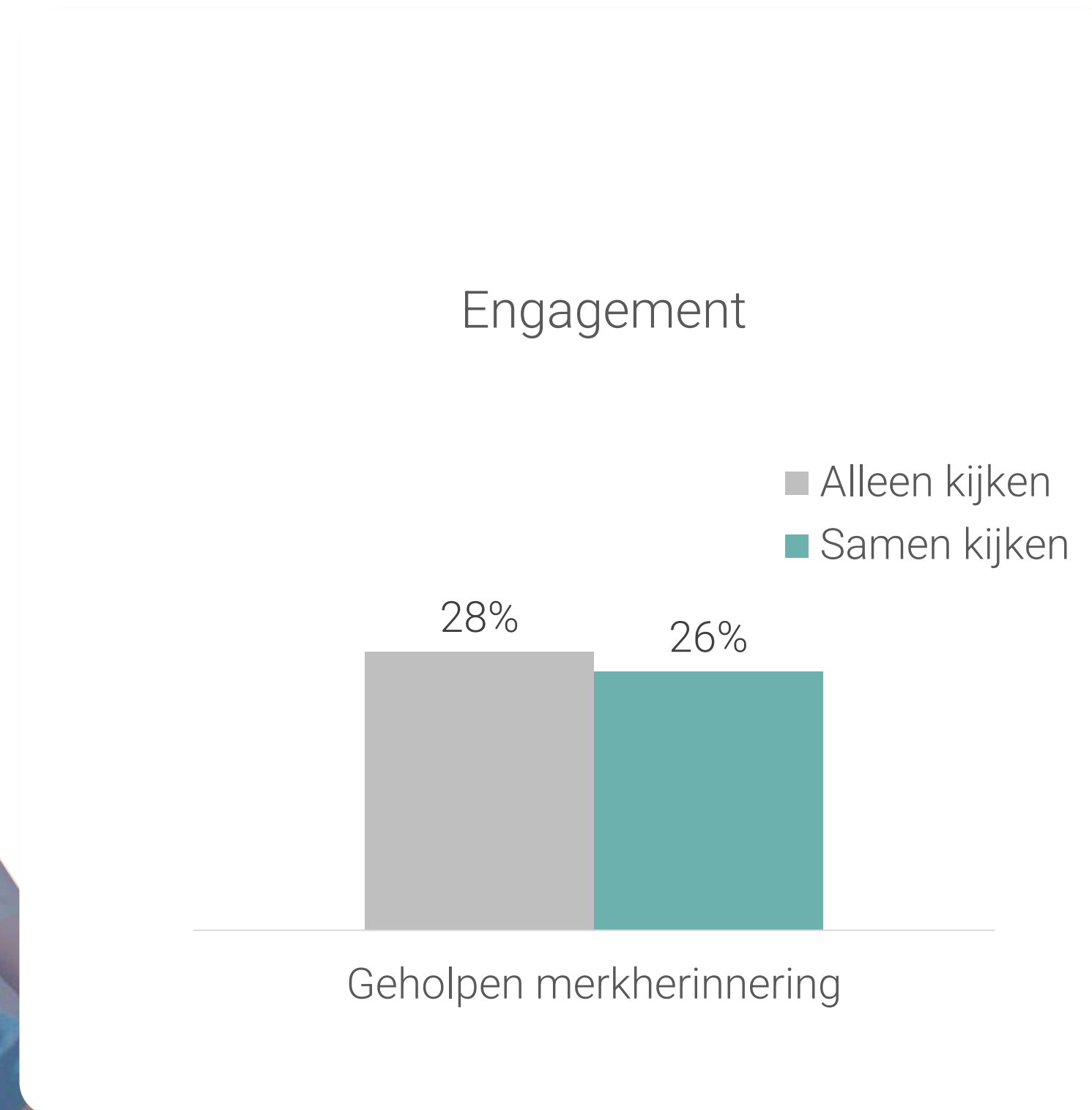
Vraag: We willen u nu enkele stellingen voorleggen die te maken hebben met de commercial.
Kunt u voor iedere stelling aangeven hoe u de commercial beoordeelt?

▲ Significant verschil

3

Samen kijken doet **geen afbreuk**
aan de **aandacht**

Aandacht van consumenten die samen kijken ligt niet lager

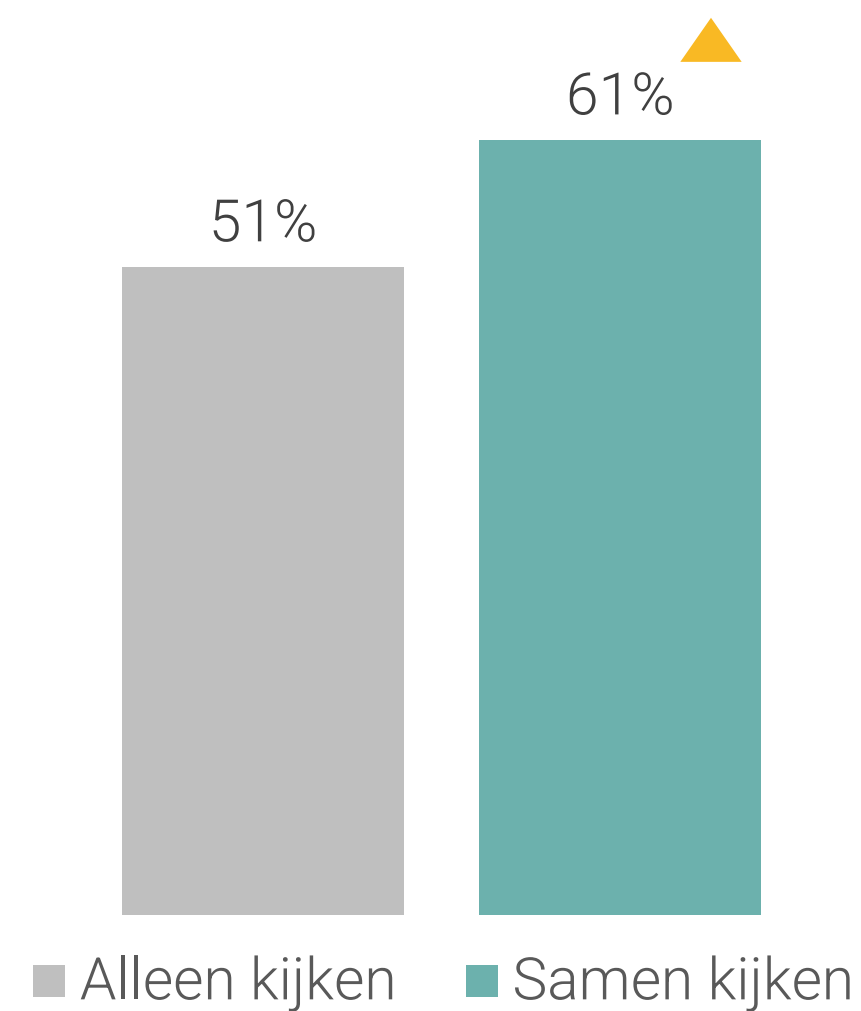


4

Samen kijken zorgt voor een
hogere herinnering
van zowel merk als uiting

Consumenten die samen kijken kunnen de merken en advertenties beter herinneren

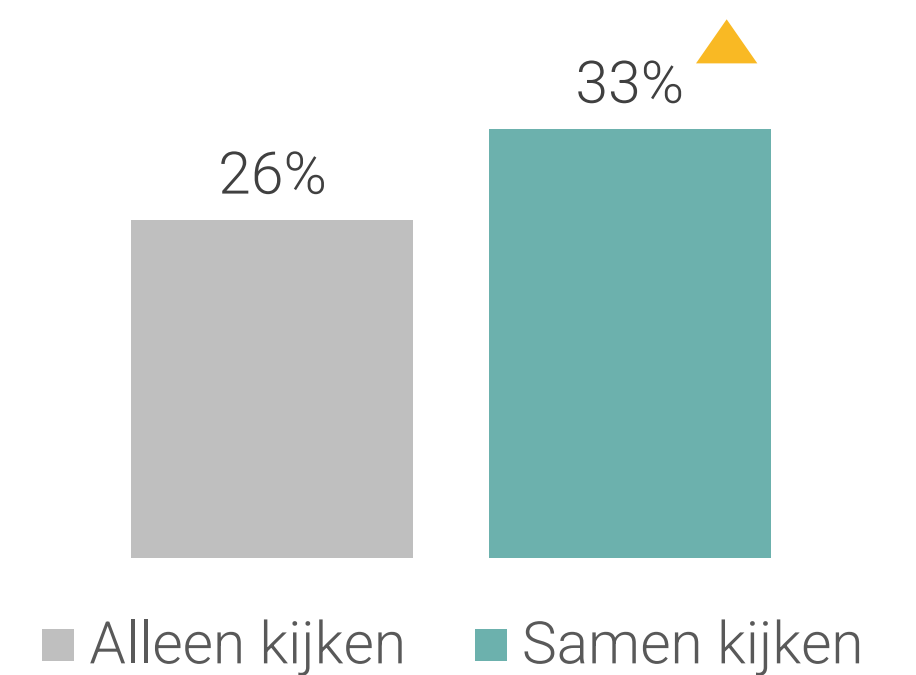
Geholpen merkherinnering



Reclameherinnering



Boodschapherinnering



Vraag: We willen u nu enkele stellingen voorleggen die te maken hebben met de commercial. Kunt u voor iedere stelling aangeven hoe u de commercial beoordeelt?

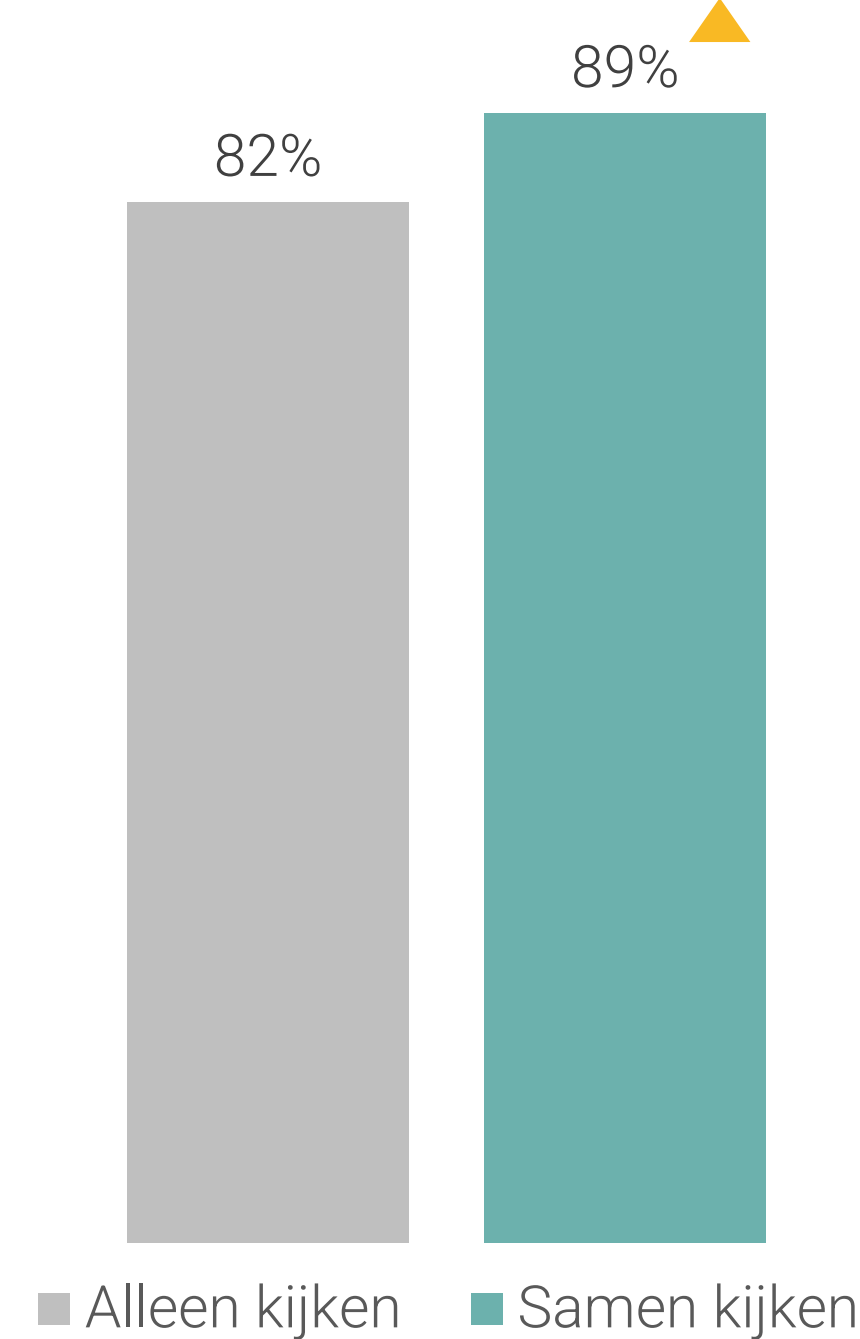
▲ Significant verschil

5

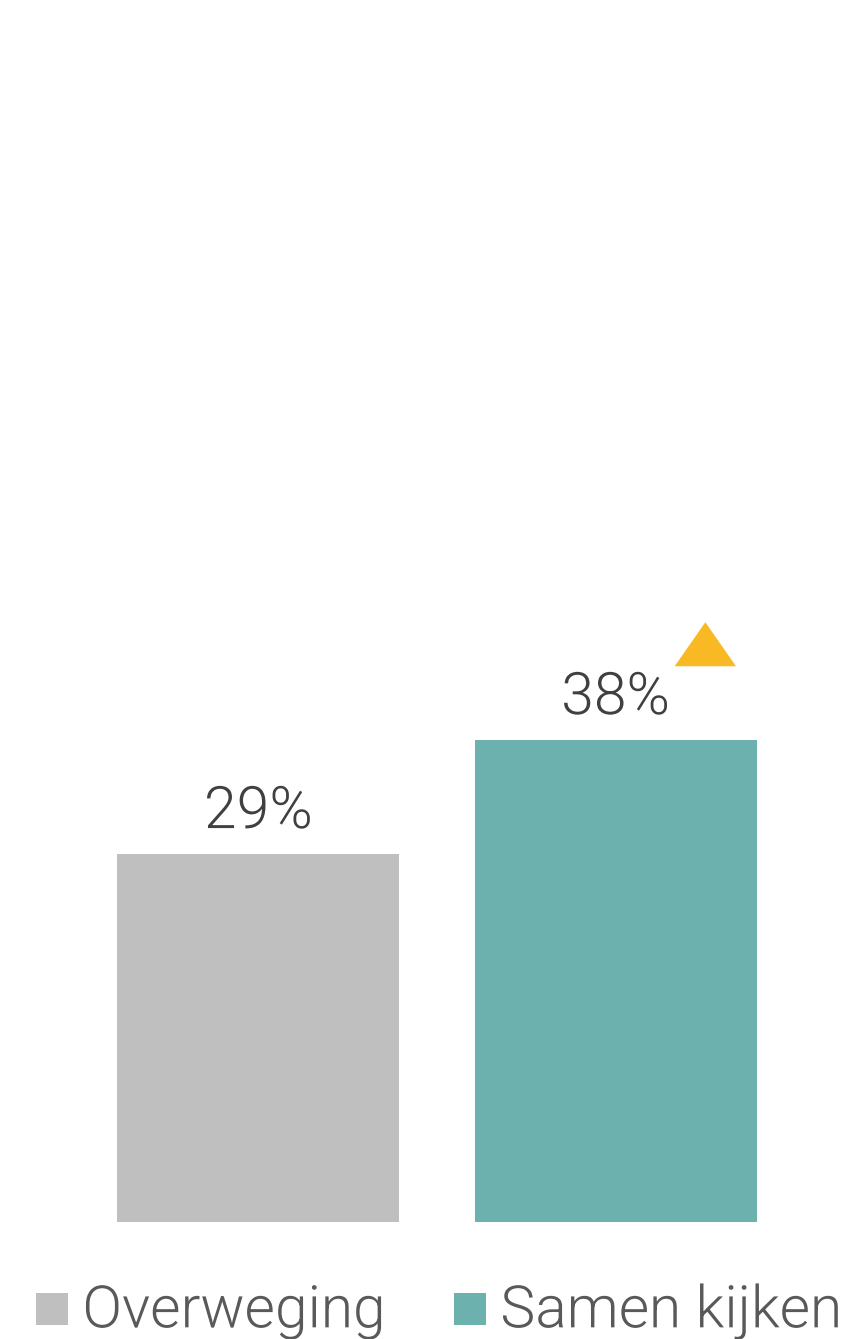
En het resulteert in een **impact**
op de **merk-KPI's**

Op alle merk-KPI's is er sprake van een significant verschil

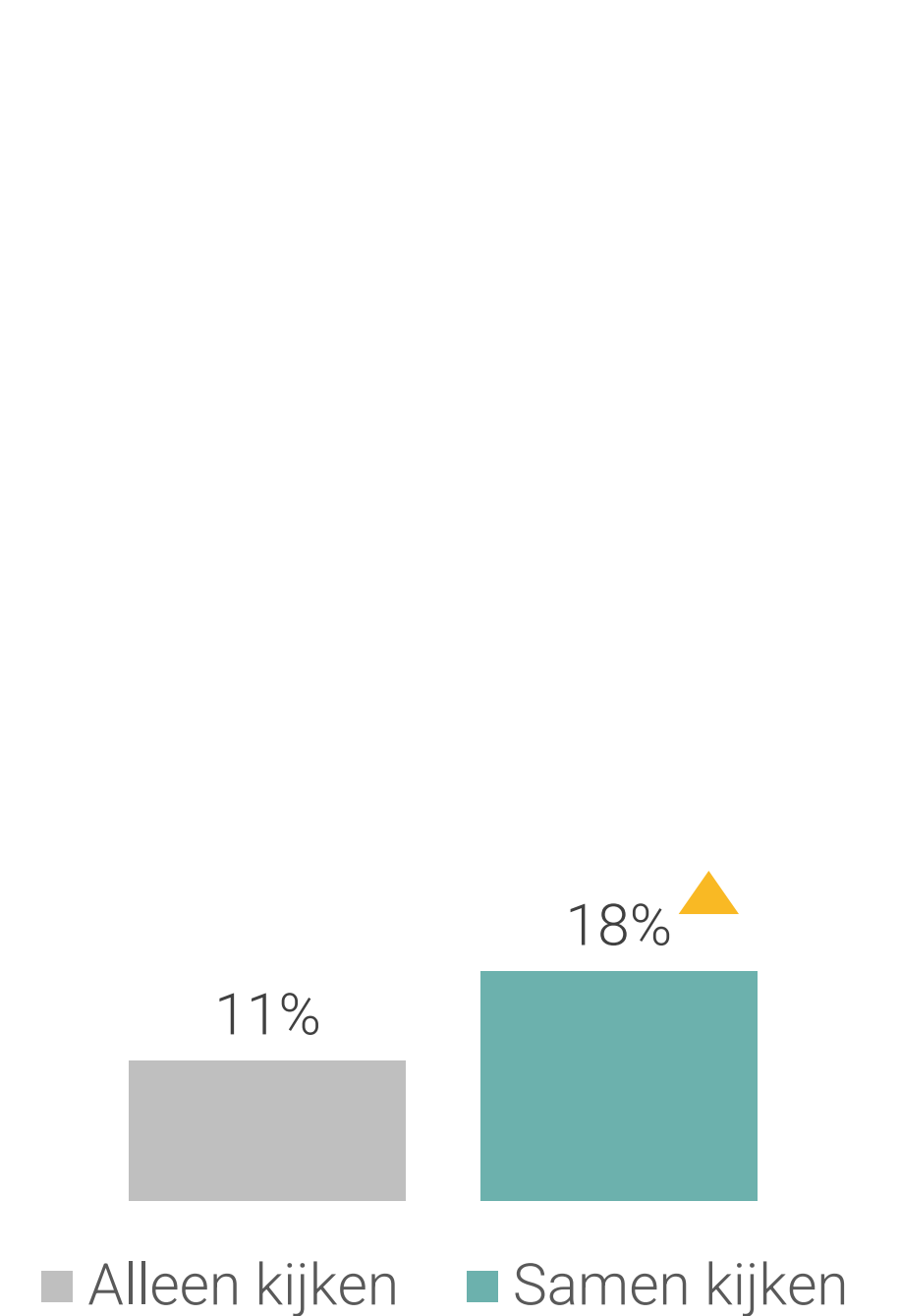
Geholpen merkbekendheid



Overweging



Voorkeur



Vraag: "In welke mate bent u bekend met de volgende merken?" (GEHOLPEN)

"Stelt u zich voor dat u [PRODUCT IN CATEGORIE], welke van de onderstaande merken overweegt u? Er zijn meerdere antwoorden mogelijk.

"En welke van de volgende merken heeft uw absolute voorkeur?"

▲ Significant verschil



Dit mooie effect zien we
in **alle subgroepen**

Het effect lijkt het **grootst** voor **vrouwen boven de 35 jaar**
die met iemand samen kijken



Samen kijken

Hogere
scores op alle
merk-KPI's



Hogere
waardering
content

Hogere
waardering
advertentie

Samen kijken genereert
extra impact

Onderzoeksopzet

- **Experimenteel design** met twee groepen
- **711 respondenten** van 25 t/m 54 jaar
- Een online panel en vragenlijst
- De opdracht om een stuk content en 8 commercials te kijken samen of alleen





AdAlliance

Adds Up