

A close-up photograph of a person's eye, looking directly at the camera. The image is overlaid with a semi-transparent red filter. The eye is the central focus, with detailed eyelashes and iris visible. The background is a soft, out-of-focus skin tone.

Onderzoek naar de synergie tussen TV en digital native

Onderzoeksvragen

- ✓ Wat is het synergetische effect van de inzet van TV & digital native*?
- ✓ Wat is de optimale volgorde van inzet?
- ✓ Hoe worden de verschillende advertentievormen gewaardeerd?

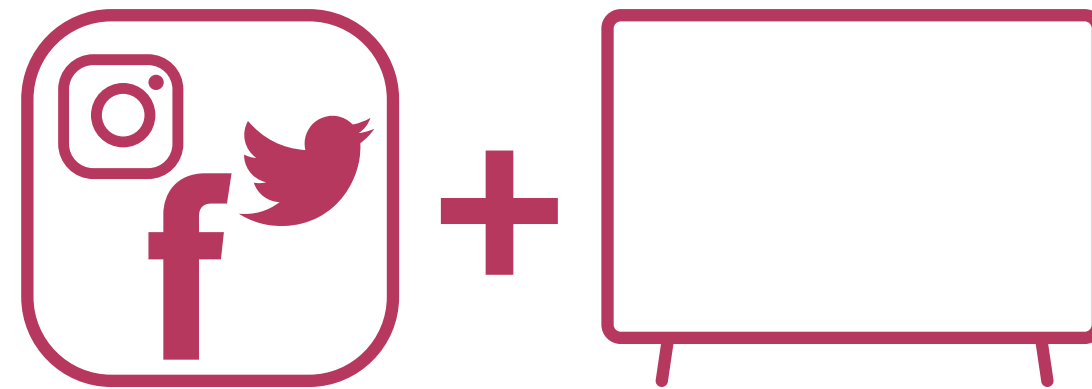
* Met digital native vertellen we het verhaal van merken via authentieke content, op een manier die geloofwaardig, schaalbaar én effectief is. Dit doen we samen met content creators via blogs, social media en podcasts, en met krachtige display distributieformaten. In dit onderzoek hebben we gebruik gemaakt van branded articles als vorm van digital native.

Wat hebben we gedaan?

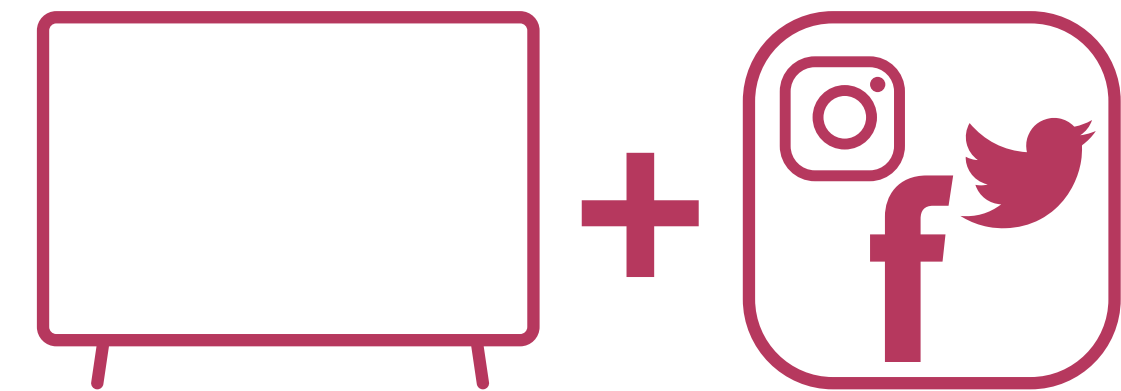
Onderzoek in samenwerking met DVJ Insights



Alleen TV



Digital native & TV



TV & Digital native

Wie hebben we ondervraagd?



Totaal
18-54 jaar



18-34 jaar



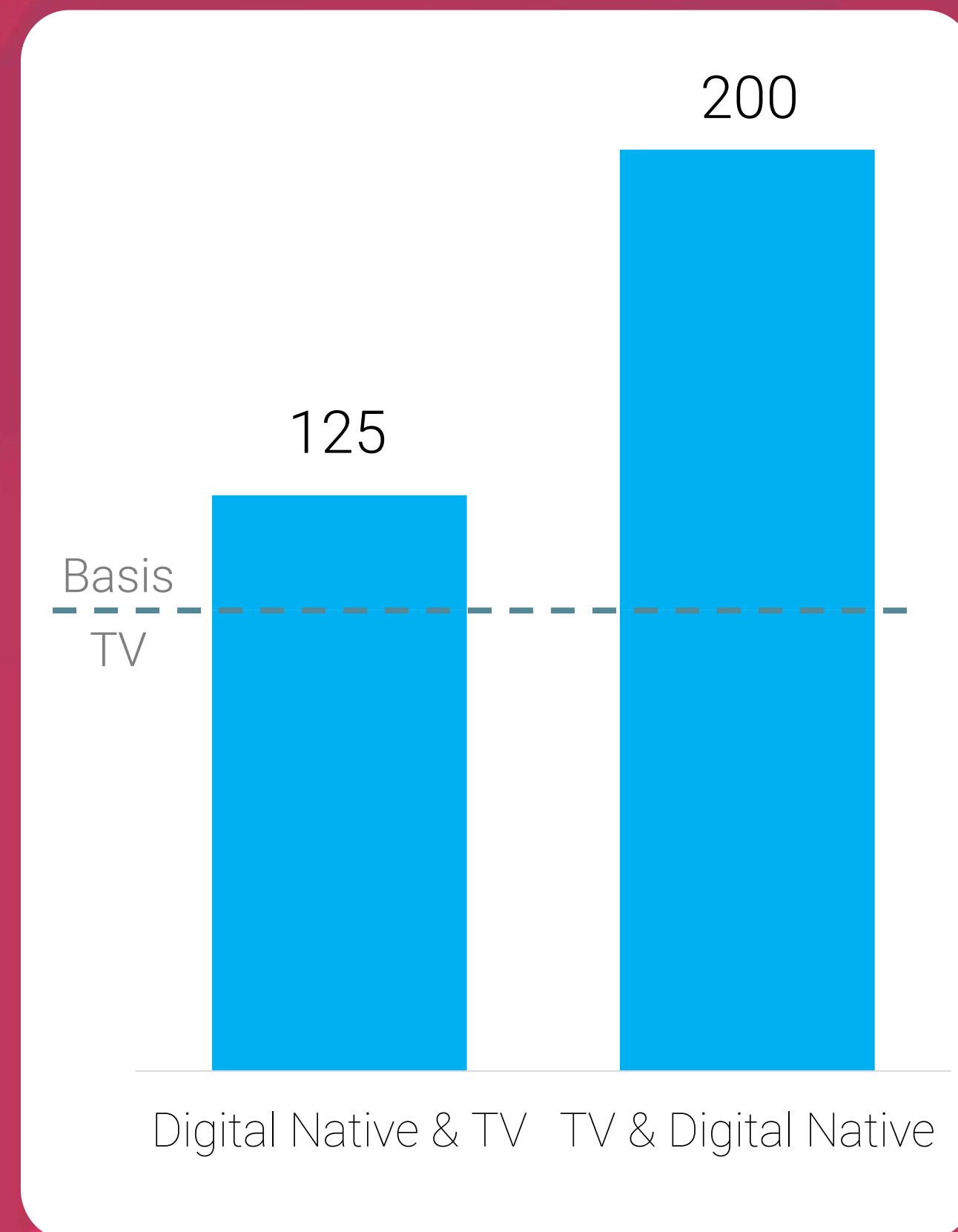
35-54 jaar



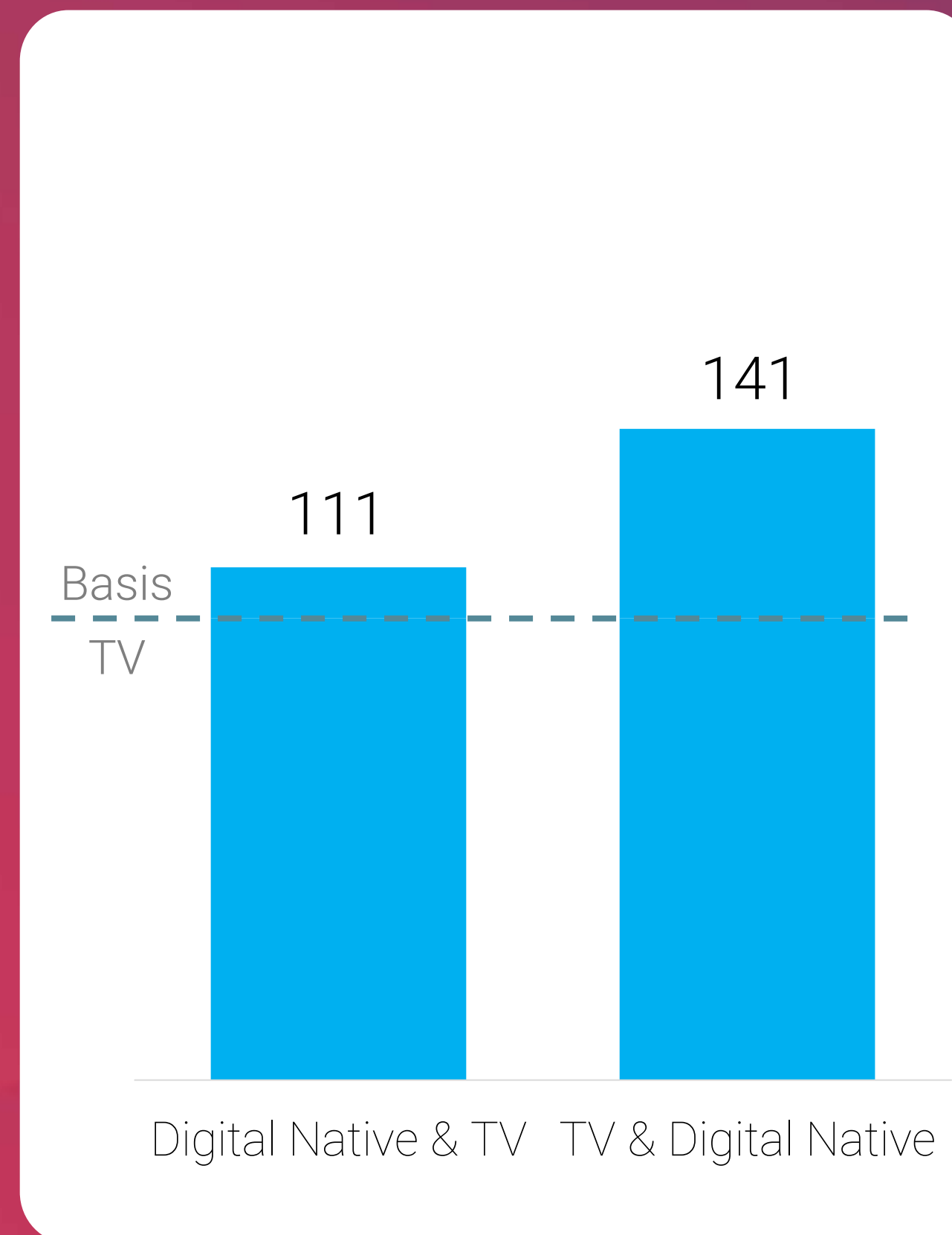
Bloglovers
Mensen die graag
blogs/artikelen lezen

TV gevolgd door digital native heeft de meeste impact op merkherinnering

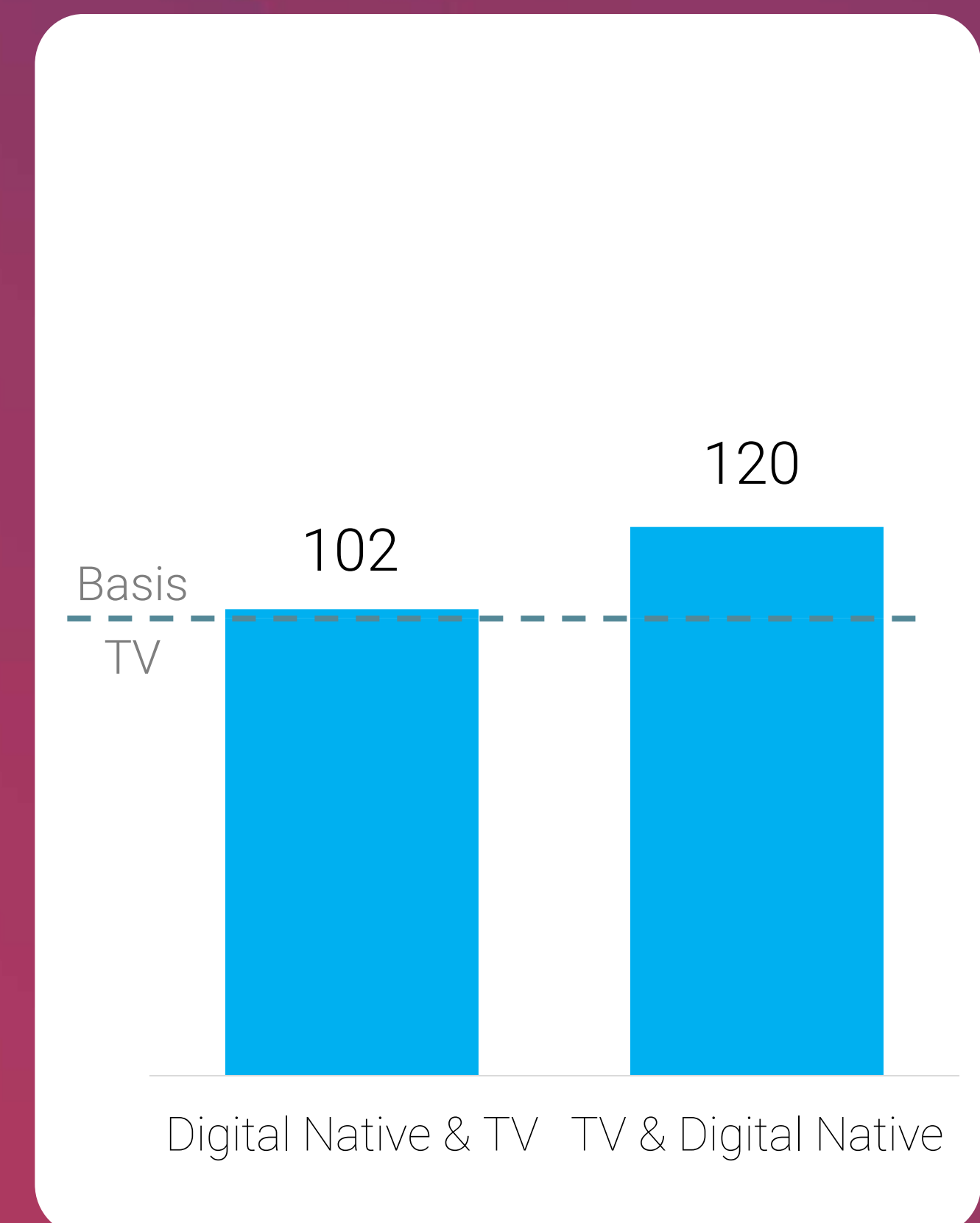
Top-of-Mind



Spontaan



Geholpen



TV als basis heeft de meeste impact

Is dit effect afhankelijk van de
leeftijd van de kijker?

De combinatie TV & digital native **levert het meeste effect** op bij de doelgroep 35-54 jaar



Hoe wordt de vorm beoordeeld?

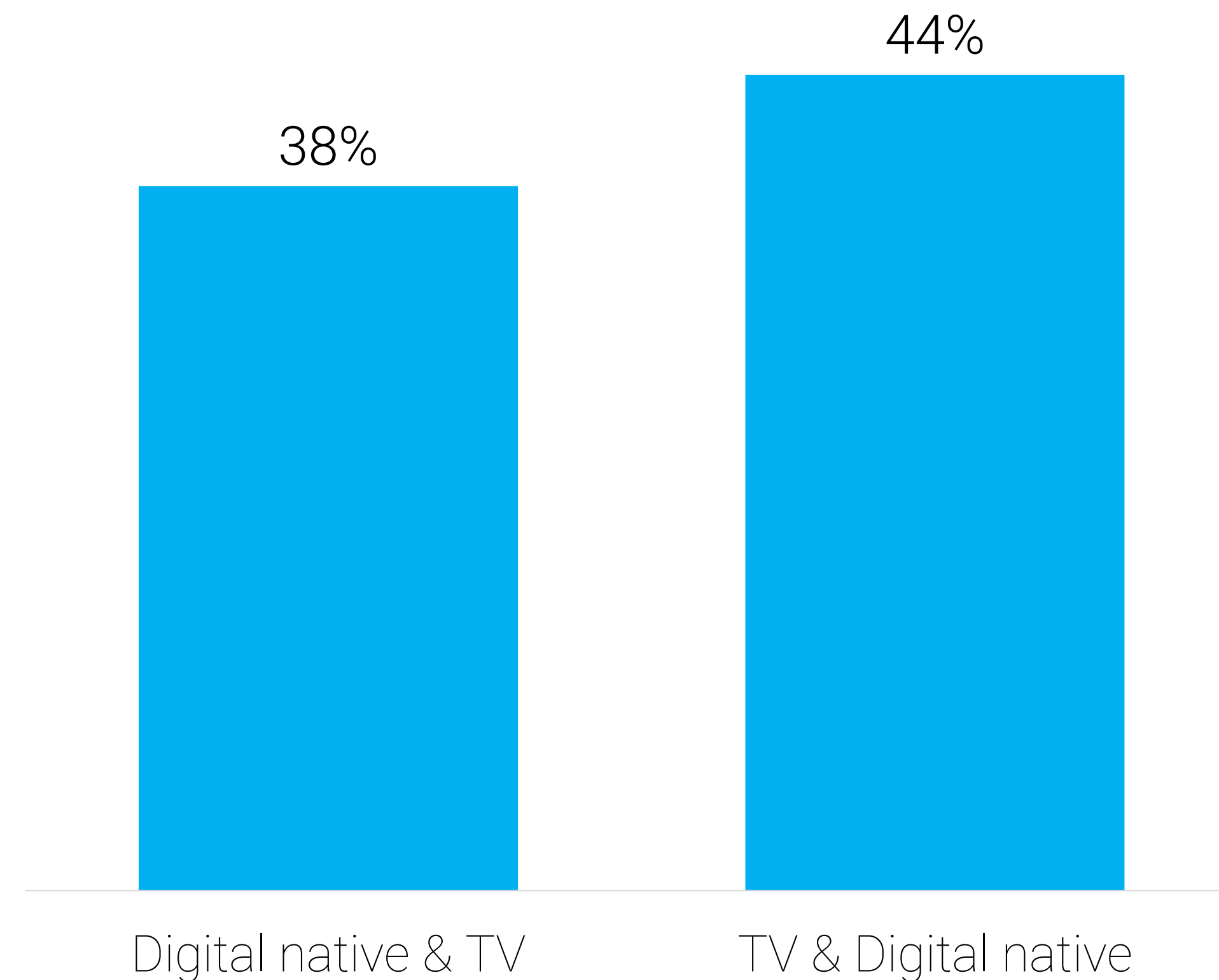
	TV commercial	Digital native
Makkelijk te begrijpen	63% ↑	59%
Brand fit	52% ↑	49%
Geloofwaardig	50%	54% ↑
Onderscheidend	24%	40% ↑
Leuk	41%	41%
Relevant	44%	42%
Boodschapoverdracht	33%	29%

TV commercial scoort beter op
makkelijk te begrijpen & brand fit

Digital native scoort hoog op
geloofwaardig & onderscheidend

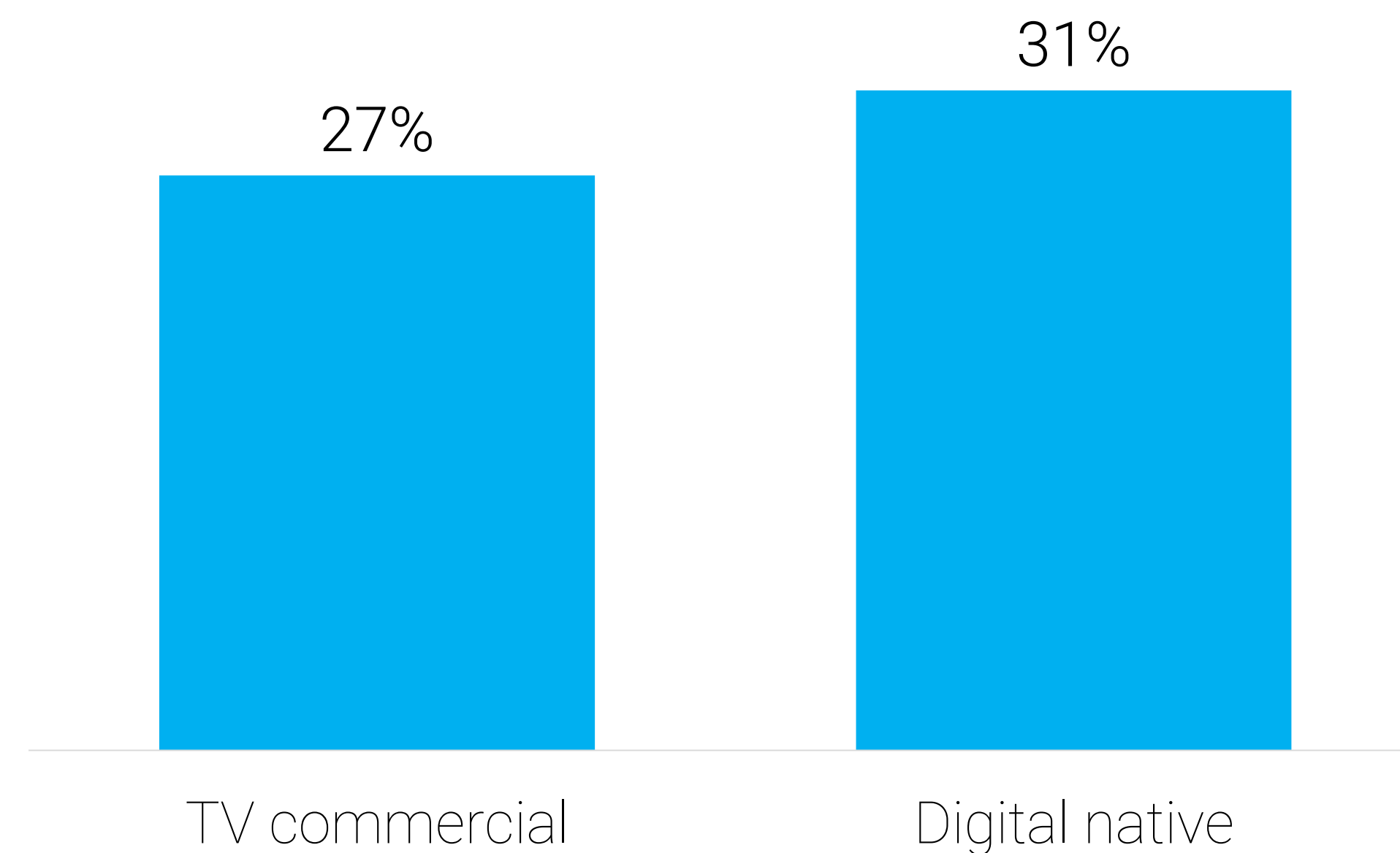
Digital native
wordt **leuker**
gevonden na het
zien van een
TV commercial

Leuk



Digital native zet vaker aan tot **delen** dan TV commercial

Delen met anderen



Wordt **digital native** anders
beoordeeld door verschillende
doelgroepen?

18-34 jarigen zijn **positiever** over digital native content

	18-34 jaar	35-54 jaar
Leuk	46% ↑	37%
Relevant	46% ↑	40%



Bloglovers scoren significant hoger op alle kenmerken

	Digital native	Bloglovers
Makkelijk te begrijpen	59%	66% ↑
Brand fit	49%	65% ↑
Geloofwaardig	54%	71% ↑
Onderscheidend	40%	62% ↑
Leuk	41%	71% ↑
Relevant	42%	69% ↑
Boodschapoverdracht	28%	39% ↑

Bloglovers gaan ook **sneller** over tot actie

	Digital native	Bloglovers
Delen met anderen	31%	59% ↑
Merkinteresse	38%	63% ↑
Koopintentie	34%	59% ↑

* Percentage = (helemaal) mee eens



A close-up photograph of a person's eye, looking directly at the camera. The image is overlaid with a semi-transparent red filter. The eye is the central focus, with detailed eyelashes and iris visible. The background is dark and out of focus.

Wat betekent dit voor jou?

- ✓ Digital native is een waardevolle toevoeging op TV
Het leidt tot extra effect op merkherinnering
- ✓ Deze effecten zijn het hoogst zijn als je de campagne start met TV
- ✓ Jongeren en bloglovers zijn het meest positief over digital native. Bij hen leidt het tot de meeste merkactivatie

Meer weten over dit onderzoek?

Mirte.van.Deursen@adalliance.nl