



# Onderzoek naar de meerwaarde van inhaakbillboards

# Wat is het verschil tussen een billboard & een inhaakbillboard?



## Billboard

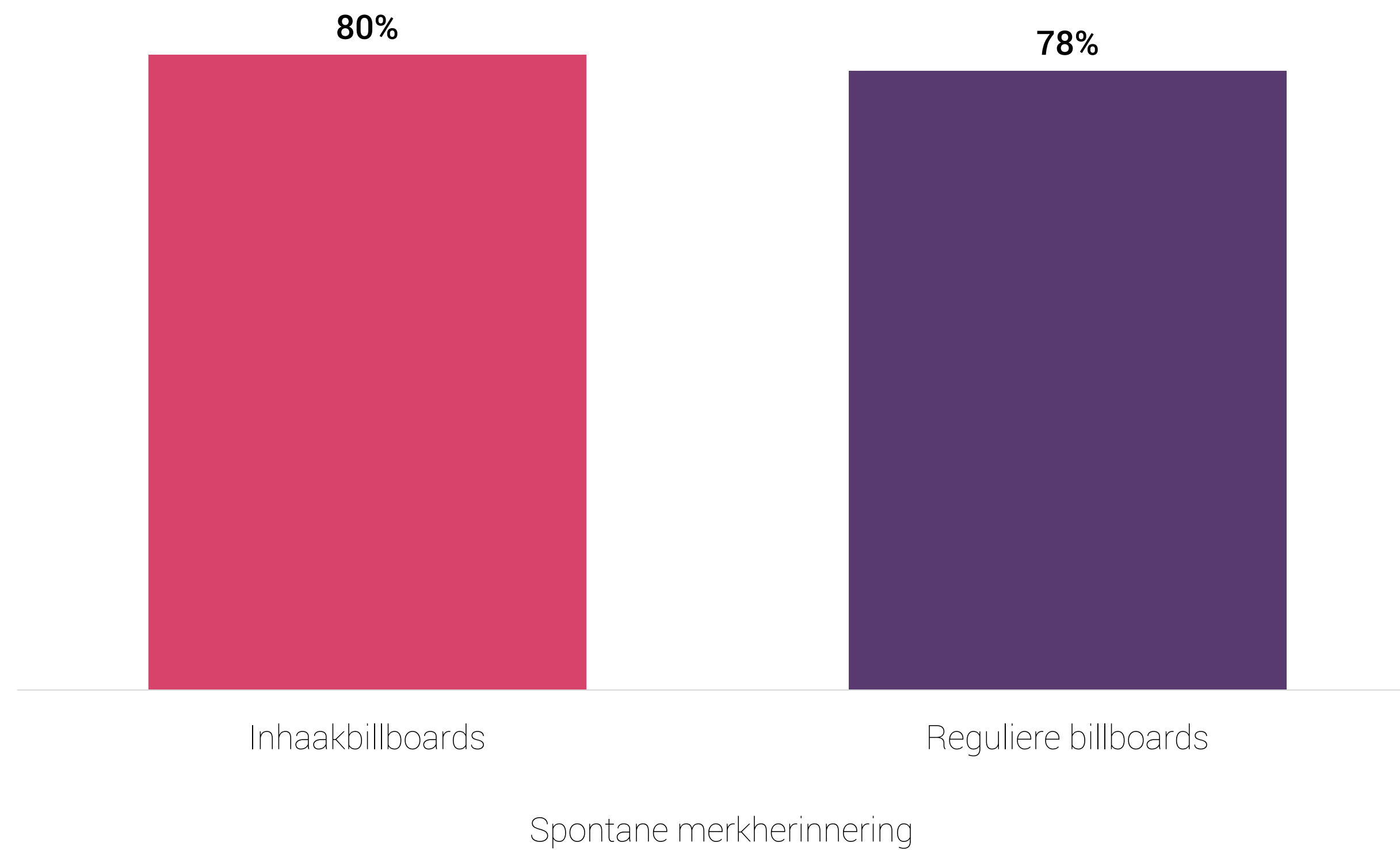
Een sponsoruiting van 5 seconden voor, tussen en ná een programma.  
*Voice over:* 'Dit programma wordt mede mogelijk gemaakt door...!'



## Inhaakbillboard

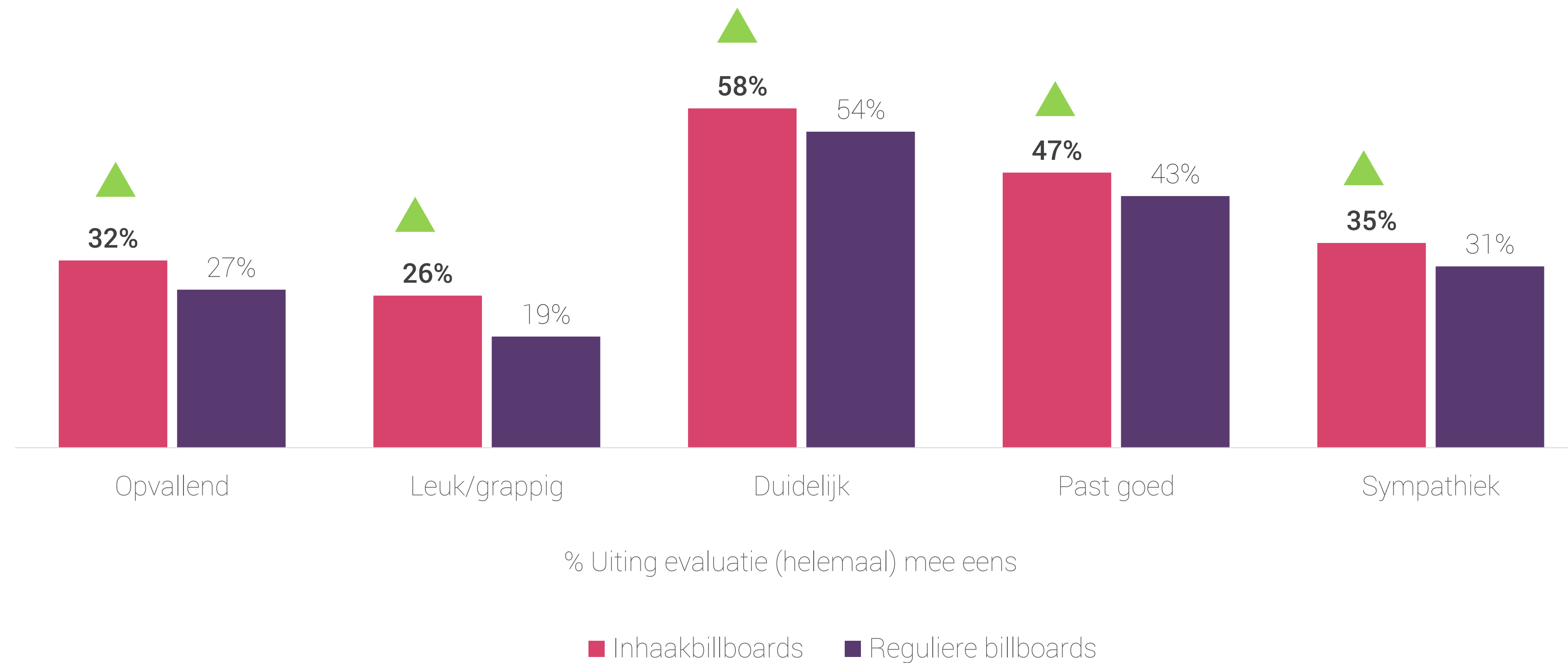
Een sponsoruiting van 5 -10 seconden, gekoppeld aan een programma-promo.  
De voice-over en/of de inhoud van het inhaakbillboard haakt in op het programma.

# Billboards zijn **zeer effectief** voor merkherinnering





Ruim driekwart noemt het juiste merk bij de billboards. Daarbij is geen significant verschil tussen inhaak- en regulier billboard.

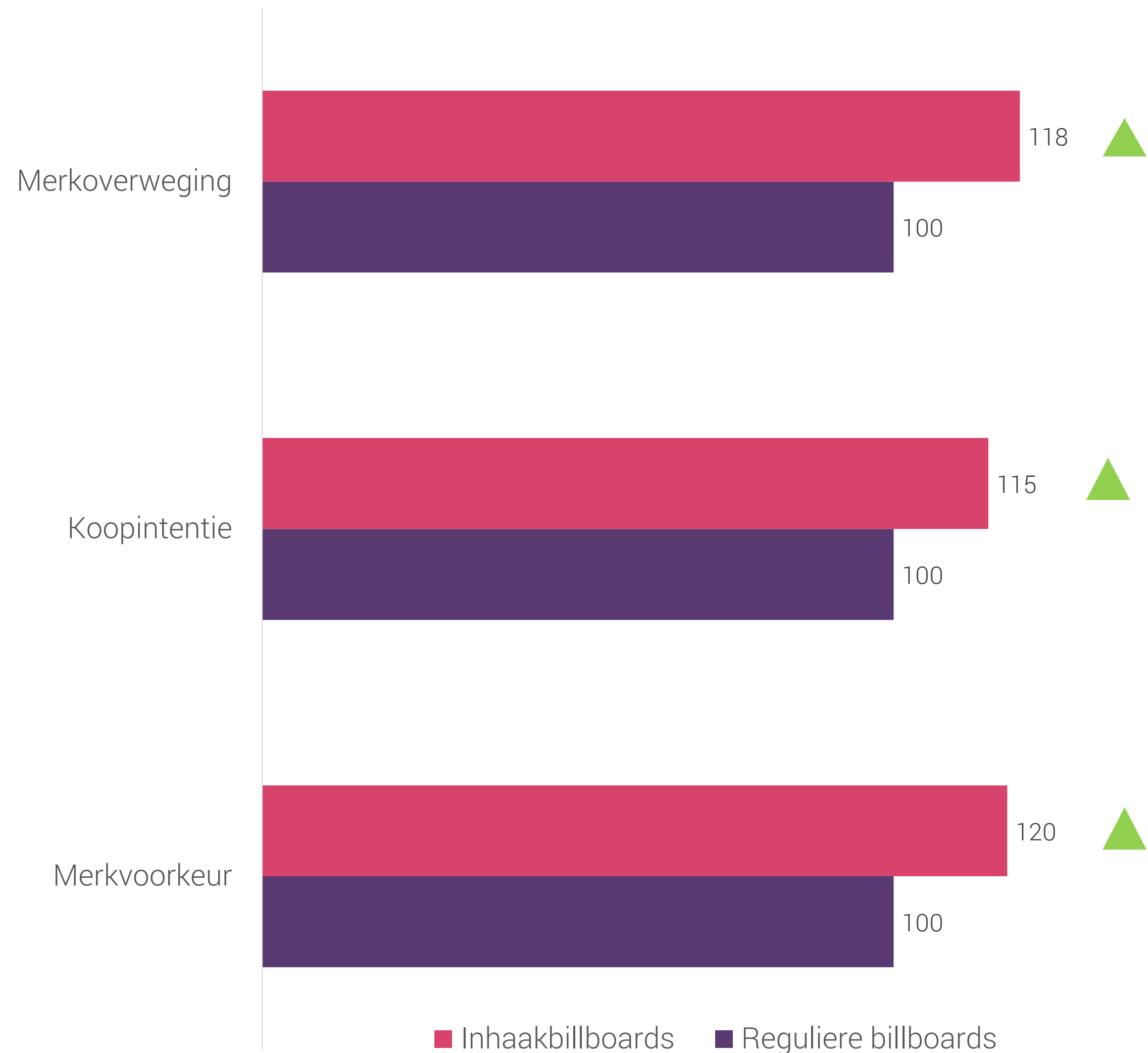
# Inhaakbillboards worden **positiever** beoordeeld





Vraag: : Er volgen hierna enkele uitspraken over deze commercial. Kun je aangeven in hoeverre je het daarmee eens bent? (N = 2.635)

Significant verschil  

Een **sterke koppeling** met merk **én programma** leidt tot effect dieper in de funnel



Significant verschil  

Vraag: Er volgen enkele uitspraken over het merk. Kun je aangeven in hoeverre je het daarmee eens bent? (N = 1183)

# Programma-lovers

zijn nog  
**positiever** over  
inhaakbillboards

- Zij vinden inhaakbillboards niet alleen significant vaker **opvallend, leuk/grappig, duidelijk, passend** en **sympathiek**, maar ook **meer onderscheidend** en **aanzetten tot actie**
- Bij programma-lovers leiden inhaakbillboards altijd tot extra effect op **merkoverweging** en **merkvoorkeur**
- Het kan daarmee interessant zijn om aan te sluiten bij een programma met veel fans

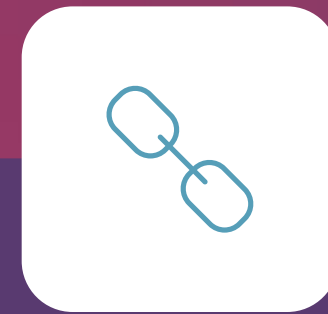
# Meerwaarde van inhaakbillboards



Inhaakbillboards zijn – net als reguliere billboards – zeer effectief voor merkherinnering



Inhaakbillboards scoren significant hoger op 'opvallend, sympathiek, duidelijk, leuk/grappig'



Bij een goede koppeling met merk én programma zijn inhaakbillboards effectief tot diep in de funnel



Inhaakbillboards zijn extra effectief bij programma-lovers

# Wanneer is de **inzet** van een inhaalbillboard het **meest** **effectief**?

1. Als er een logische, passende en duidelijke koppeling gemaakt kan worden met programma én merk
2. Als de sfeer en het gevoel van het inhaalbillboard goed samenvalt met de sfeer en het gevoel van het programma
3. Als er gekozen wordt voor 1 focuspunt, namelijk de inhaalboodschap
4. Als er een bekend product centraal staat, in dat geval wordt het merk tot 9% vaker overwogen
5. Als er ruimte is om humor en/of warmte (sympathiek) toe te voegen, dit zorgt voor nog meer positieve effecten