

Instore marketing groeit harder dan internet

01-10-2007 00:00

Fabrikanten geven steeds meer geld uit aan instore marketing. In drie jaar tijd zijn de uitgaven verdubbeld, een grotere groei dan de uitgaven aan internet. Dat blijkt uit onderzoek van Deloitte Consulting, in opdracht van Advertising Age.

De negentien onderzochte fast moving consumer good-bedrijven geven gemiddeld zes procent van hun marketingbudget uit aan instore marketing. Drie jaar terug was dit nog drie procent. De verwachting is dat het aandeel van instore marketing in 2010 zal zijn opgelopen tot acht procent.

Ook in ons land slokt instore marketing een steeds groter deel van de budgetten van marketeers op. Volgens kenniscentrum Popai Benelux benaderen de uitgaven twee miljard euro.