

'App is gouden sleutel voor bereik jonge folderlezer'

21-07-2014 00:00

Folderapplicaties lenen zich met name om aanbiedingen bij een jong en aanbiedingsgericht publiek onder de aandacht te brengen. Dertien procent van de folderlezers gebruikt een app om aanbiedingen van retailers te bekijken. Dat zijn meestal jongeren. Wekelijks gebruiken achthonderdduizend mensen een folderapp, blijkt uit het zomernummer van RetailTrends.

De strijd tussen Reclamefolder.nl en Spotta om koopjesjagers te bereiken met folderaanbiedingen speelt dan ook zich vooral af via applicaties. De partijen domineren de foldermarkt en zijn met honderden online folders, nieuwsbrieven en fans op social media vrijwel even groot.

Beide aanbieders beschikken sinds 2011 over een applicatie, die consumenten toegang biedt tot actuele folders. Maandelijks bekijken shoppers volgens Reclamefolder.nl twintig miljoen folders, waarbij 92 procent van deze traffic via de app wordt gegenereerd. Beide applicaties beschikken over weinig doorklikmogelijkheden.

Folderplatform Voordeelmuis.nl verbindt de aanbiedingen op een gebruiksvriendelijker manier. Alle folderaanbiedingen zijn gegroepeerd per formule en direct gekoppeld aan relevante aanbiedingen van andere retailers. Dat maakt Voordeelmuis.nl relevant voor fanatieke koopjesjagers. De service is daarnaast niet afhankelijk van platte folders. Daardoor heeft het platform meer ontwikkelpotentieel, tot bijvoorbeeld een mobiele aanbiedingenzoekmachine waarin prijsvechters hun concurrenten kunnen aftroeven.

Het zomernummer van RetailTrends gaat verder in op onder meer Reclamefolder.nl, Spotta en Voordeelmuis.nl, en hun businessmodel. Daarnaast komt het bereik van digitale folders aan bod. Gemiddeld besteden consumenten bijvoorbeeld zeventien minuten per week aan folders. Tweederde van de folderlezers laat zijn productkeuze beïnvloeden door het medium.

RetailTrends 7/8 verscheen samen met het zomernummer van EtailTrends. Kijk [hier](#) voor meer informatie over een jaarabonnement voor elf keer RetailTrends en zes keer EtailTrends.