

Jingle Buzz: klussen in de kerstvakantie?

31-12-2014 09:42

Door Toine van der Heijden
Redactie RetailWatching

Een paar gecombineerde vrije dagen zijn altijd een goede gelegenheid voor een kleine opknapbeurt in huis. Traditioneel neemt de omzet bij dhz-zaken iets toe in het vierde kwartaal, terwijl de bouwmarkten moeten wachten tot het tweede kwartaal. Maar dit jaar wijken de cijfers af omdat de woningverkoop hoger ligt. Daar zouden klusdetaillisten en wellicht ook meubelhandels van kunnen profiteren. De online buzz geeft aan wat consumenten in beweging brengt.

Buzzleider bij bouwmarkten is Gamma(dertig procent), gevolgd door Praxis (twintig procent), Karwei (vijftien procent) en Hornbach (tien procent). Hubo blaast doorgaans mee op het niveau van Hornbach, maar in december laat deze formule het afweten. Facebook is in opkomst. Hornbach loopt daarmee voorop, doordat die keten in december tegoedbonnen weggeeft. Karwei kijkt op Facebook terug naar zijn klusevenement in de Efteling en Praxis doet een kaartenkerstboom cadeau. Het zijn originele acties, maar het blijft betaalde liefde.

Bij de bouwmarkten dingen een aantal vergelijkbare winkels naar de gunst van de klant, maar in meubels en woningdecoratie is één formule de grote aandachtstrekker: IKEA. De anderen krijgen nog geen fractie van de attentie: Leen Bakker, Kwantum, Trendhopper, Dille & Kamille. In alle publiciteit valt één gegeven op: de datum 18 februari 2015. Dat blijkt de openingsdag van de nieuwe IKEA in Zwolle te zijn. En dan is er nog veel enthousiasme voor de Hoi Visite-campagne.

We buurten nog even in verwante branches en signaleren dan de kerstboomweggeefactie van Kruidvat op 9 december duizenden reacties op Facebook kreeg. Blokker is in de hele aanloop naar kerst amper te bekennen, maar op 29 december haakt deze formule ineens in op de oliebollengekte door twee friteuses weg te geven: ruim 1300 reacties op Facebook. Dat merkten we voor 5 december ook al op: Blokker komt in actie als het feestje voorbij is. Wedden dat Blokker volgend jaar voorop loopt met activiteiten online?

RetailWatching analyseert de kerstbuzz met hulp van de tools en data van Brandwatch.com. Eerder verscheen al een analyse van de '[upmarket bodycare](#)', [supermarkten](#), de [Facebook-favorieten](#) en het [debutantenbal](#).