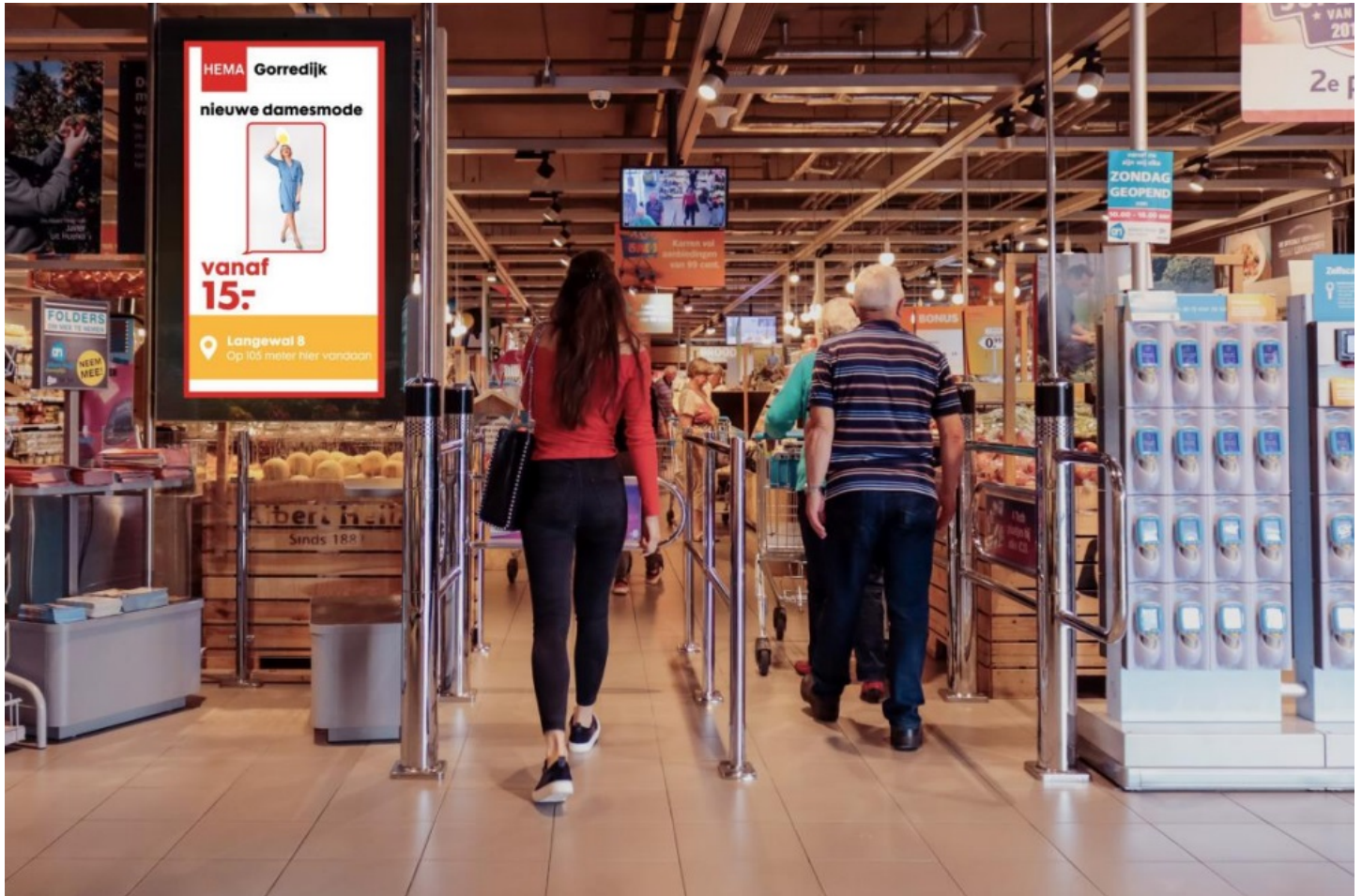


HEMA maakt digitale buitenreclame lokaal relevant

25-04-2019 08:10



HEMA is aan de slag gegaan met een nieuwe innovatie om lokaal te variëren met digitale reclamecampagnes. Hierdoor kunnen uitingen op schermen beter worden toegespitst op de locatie waar die gevestigd zijn.

Het gaat om de zogenoemde 'programmatic HTML5'-campagne, waarmee HEMA naar eigen zeggen een primeur heeft in digitale out of home-campagnes. De retailer kan daarmee inspelen op variabelen als relevantie en actualiteit. Aan de hand van de beschikbare variabelen kan altijd de meest relevante uiting worden getoond, met als doel betere resultaten van de campagne.

Voor de campagne van HEMA is gekeken naar de afstand van de schermen tot een filiaal van de winkelketen. In de uiting op het scherm wordt aangegeven wat de afstand tot de dichtstbijzijnde winkel van HEMA is. De campagne is te zien op de schermen van Centercom, die vooral in supermarkten te vinden zijn, en in het tankstationnetwerk van MMD Media.

De nieuwe uitingen zijn 'the next step' in outdoor advertising voor HEMA, zegt digital marketing consultant Lars Postmus van Oogst, dat de mediaplanning voor de campagne verzorgde. In eerdere campagnes bleken dynamische uitingen volgens hem al zeer succesvol. "Op straat het winkelend publiek de HEMA-winkel in krijgen was de volgende uitdaging en dat is met deze bijzondere innovatie gelukt."