



MARKETINGPRIJS

Winnaar van 2018 in de categorie Acties en Events met de focus op brand activation

Black Friday Shopping Nights

ingediend door Wereldhave en Day&Nite

Kronenburg | Arnhem, De Koperwiek | Capelle a/d IJssel, Middenwaard | Heerhugowaard, Vier Meren | Hoofddorp

Met de opkomst van het retailfenomeen Black Friday zag Wereldhave kans om het koopmoment voor de feestdagen al in november te laten starten en zo de totale periode van decembereenkopen te verlengen. Na een succesvolle pilot heeft Wereldhave en Day&Nite in 4 winkelcentra de unieke Black Friday Shopping Nights georganiseerd waarbij alle winkels in de centra tot 23.00 uur open bleven. Het publiek werd verrast met speciale acties, productdemonstraties, fashion shows, proeverijen, optredens van bekende artiesten en lokale acts zoals dansscholen en DJ's.

Er is vooraf intensief samengewerkt met alle vier de winkeliersverenigingen en in totaal 388 winkeliers. De ondernemers zijn uitgedaagd om goede deals te bieden aan het publiek. Een sterke crossmedia campagne en strategie -zowel voorafgaand aan het event als achteraf – hebben bijgedragen aan het succesvolle verloop van de Shopping Nights.

De effecten van het event zijn zorgvuldig gemeten en geëvalueerd. Naast ijzersterke footfall resultaten voldeed het event ook aan de vooraf geformuleerde doelstelling om het koopmoment voor de feestdagen te verlengen. Ruim 70% van de ondernemers rapporteerde een omzet van *boven* tot *ver boven* budget en 43% heeft zelfs een *recordomzet* gerealiseerd.

De zorgvuldige uitvoering – waarbij de vooraf geformuleerde doelstelling continu bewaakt is – is lovenswaardig. Om deze reden prijst de jury de Black Friday Shopping Nights en verleent zij haar de hoogste eer.

Utrecht, 5 april 2018

Kitty Koelemeijer

Brigit Gerritse

juryvoorzitter

directeur NRW