

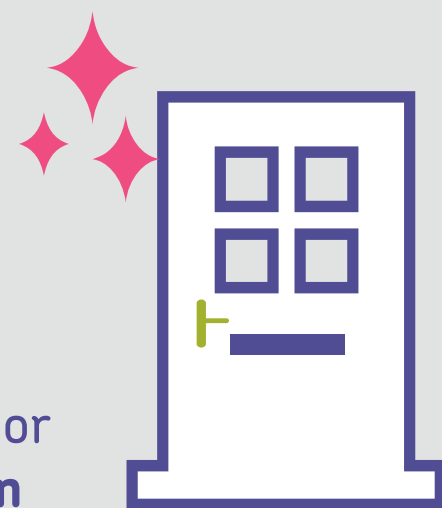
93%

van de consumenten ontvangt een sample het liefst **via de brievenbus**. Tegenover 16% street sampling.



93%

van de consumenten gebruikt het sample voor haar **eigen huishouden**



31%

van de consumenten is van plan het product te kopen



Benieuwd naar de mogelijkheden voor jouw merk? Kijk op zakelijk.spotta.nl of mail ons via zakelijk@spotta.nl



Eerst proeven, dan geloven

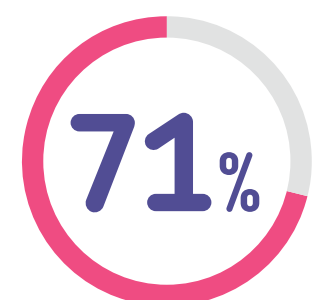
Samples via de brievenbus, geliefd met een hoge conversie

Sampling via de brievenbus is interessant, omdat je via doelgroepsegmentatie gericht je samples verspreidt. Dat zorgt voor weinig waste en maakt het een kosteneffectieve methode.

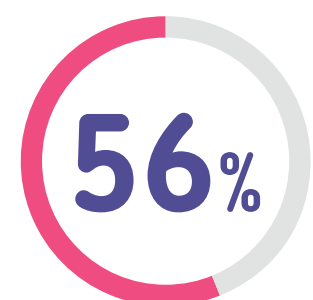
Hoe ervaart de consument een sample?

95%

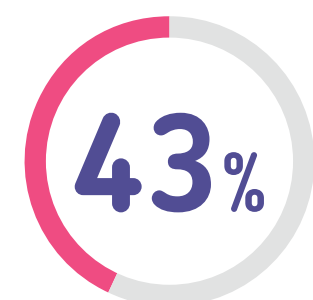
van de consumenten is **positief** over een sample



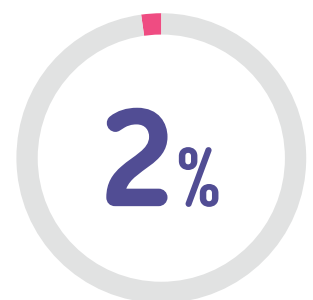
ziet het als een verrassing



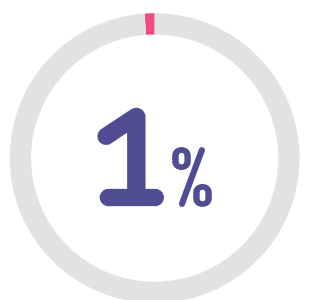
ziet het als een cadeautje



vindt het sympathiek



vindt het overbodig/niet nuttig



vindt het opdringerig in de brievenbus

Onafhankelijk onderzoek in samenwerking met Direct Research



Aan dit sample onderzoek hebben de volgende merken meegedaan: Dior, Colgate, Elmex, Mexx/Bruno Banani, Bonne Maman jam, GUM soft-picks en Happy Dog/Cat

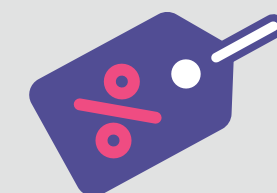
96%

wil **vaker** een sample via de brievenbus ontvangen



Het liefst in combinatie met de volgende call to action:

Korting op volgende aankoop



71%

Cashback - actie



56%

Multibuy



39%

Gratis bezorging



20%



Sampling via de brievenbus biedt jouw doelgroep de mogelijkheid het product daadwerkelijk in handen te krijgen, of zelfs te proeven. Er is geen eerlijkere manier van promotie mogelijk. Proeven is geloven! In januari 2022 heeft Direct Research in zes categorieën onderzoek gedaan naar de effecten van sampling via de brievenbus. Laat je inspireren door de belangrijkste resultaten. En beoordeel zelf of dit ook iets voor jouw merk kan zijn.