

EEN TERUGBLIK OP WEEKEND VAN DE KLANT 2018



WEEKEND — *van de* — KLANT

comeos

unizo





Weekend van de Klant is sinds 2017 een organisatie van UNIZO, Comeos en UCM en bracht Dag van de Klant en Sunday shopday samen tot een feestelijk shopweekend in heel België. Tijdens het Weekend verwennen tienduizenden winkeliers hun klanten op allerlei manieren: met attenties, cadeautjes of een extra service, zowel de (kleine) zelfstandigen als de (grote) ketens. Ook vele gemeenten en verenigingen organiseren leuke activiteiten zoals modeshows, optredens of wedstrijden en voorzien foodtrucks, kinder- en straatanimatie. Iedereen werkt samen om klanten zowel op zaterdag als zondag een onvergetelijke winkelervaring te bezorgen. Want samen hebben we het meeste kans op succes en bereiken we de beste resultaten.

Onze focus ligt op de klant. Maar uiteraard willen UNIZO, Comeos en UCM als ondernemersorganisaties met deze campagne ook de winkels zelf bedanken en maximaal ondersteunen met een brede communicatiecampagne. Weekend van de Klant is immers de ideale gelegenheid om de handel, groot of klein, op Belgische bodem in een positief daglicht te stellen.

Weekend van de Klant is steeds het weekend waarin de eerste zondag van oktober valt. In 2019 gaat het Weekend door op 5 en 6 oktober.





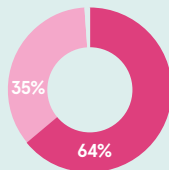
Tijdens Het Weekend van de Klant ...

- zetten honderden steden hun handelaars extra in de kijker.
- nemen tienduizenden handelaars en -verenigingen deel.
- leggen we miljoenen klanten extra in de watten met funshopping, attenties en animatie.
- creëren we een uniek event dat zowel B2B als B2C combineert.
- organiseren we een nationale wedstrijd met leuke prijzen
- focussen we op twee weekendsteden, eentje in Vlaanderen en eentje in Wallonië



Wanneer waren de winkels open?

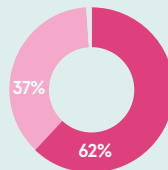
VLAANDEREN



Weekend

Alleen op zaterdag

WALLONIË



Het succes van het Weekend blijkt uit de cijfers van Worldline dat de elektronische betalingen verwerkt. **Zaterdag** waren er 7.909.537 transacties of **5% meer** dan vorig jaar. **Zondag** waren er 3.753.090 transacties, **7,5% meer** dan in 2017.



WEEKEND van de KLANT

comeos

unizo



Martin Heylen leert fitness van kledingverkoop

WIK&M
Martin Heylen kreeg voorafgaand aan de Klant van West-Vlaamse bankrekening voor het Weekend van de Klant, een leertijd van Unizo en Comeos. In kledingzaak Yvonne op de eerste Markt van Langemark ontdekten Heylen dat niet alleen zo simpel is als het lijkt, maar de bemiddeling van een brand reworden tijdsverbruik. Niettemin afbreuk bij de Klant te vinden naar beide ...



... gericht naar de handelaars

11.313 deelnemende handelaars krijg je niet zomaar. UNIZO, Comeos en UCM willen, als ondernemersorganisaties, een positief event voor de handel organiseren én alle mogelijke ondersteuning bieden aan handelaars om er sámen een feestelijk shopweekend van te maken.

HOE DOEN WE DAT?

Weekend van de Klant nieuwsbrieven naar handelaars vanaf juni (NL database 10.000, FR database 4.000): gemiddelde opening rate 38% en click rate van 12%.

Ledennieuwsbrieven en -magazines vanuit UNIZO, Comeos en UCM waarin we onze leden informeren over nieuwigheden

Weekend van de Klant website: handelaars vinden er alle informatie en registreren zich voor deelname met hun actie. Steden geven hun activiteiten tijdens het Weekend door en partners worden in de kijker gezet.

Website van UCM en UNIZO: leden kunnen er terecht voor specifieke informatie en bannering is mogelijk voor partners.

Gratis promopakketten: handelaars die zich voor half september registreren, ontvangen een gratis promopakket met POS-materiaal. In 2018 verstuurden we er 9.650!

Webshop: we verkopen extra promomateriaal zoals beachvlaggen, straatoverspanningen, rode lopers, ... én stellen tegen democratische prijzen enkele attenties voor om het handelaars makkelijk te maken.

Persbericht voor vakpers waarin we handelaars warm maken om zich in te schrijven en waar de hoofdpartners hun actie kunnen aankondigen. Zo waren in 2018 dankzij Worldline en Bancontact de transactiekosten voor de handelaars bij contactloze betalingen door klanten gratis. En ging Telenet Business op zoek naar de "Digitale Durver 2018" met een leuke campagne op sociale media.





... gericht naar de consumenten

Weekend van de Klant genereert ruime aanwezigheid in de nationale, regionale en lokale pers en trekt de aandacht via een intensieve mediacampagne in september en oktober. Zowel het VRT- als het VTM-journaal brachten een reportage op zaterdagmiddag.

HOE DOEN WE DAT?

Weekend van de Klant nieuwsbrieven naar consumenten: (NL database 8.000, FR database 3.500): vanaf 2019 voorzien we enkele nieuwsbrieven naar consumenten.

Website: consumenten vinden hier informatie over deelnemende handelaars en steden met hun respectievelijke acties. Ook nieuwtjes en partners worden vermeld. De piek van bezoekers ligt op meer dan 80.000 gebruikers, een stijging met 32% ten opzichte van 2017.

Media: twee weken voorafgaand aan Weekend van de Klant leggen we een duidelijke focus op onze mediacampagne dankzij sterke partnerschappen.

In **Vlaanderen** kan je onze radiospot 55 keer horen op Radio 2 (met vermelding hoofdparters) en MNM organiseert het Weekend van de Luisteraar in samenwerking met onze Weekendstad. Op één hebben we 17 tv-spots. Het Nieuwsblad zorgt voor een mooie krantenbijlage van 12 pagina's, advertenties in de dagen voorafgaand en bannering op hun website.

In **Wallonië** worden 85 radiospots uitgezonden op Bel RTL in de twee weken voor Weekend van de Klant. In de Sudpresse kranten verschijnt een informatieve bijlage van 8 pagina's, worden verschillende advertenties voorzien, alsook visibiliteit op hun website via bannering.

Nationale wedstrijd: we organiseerden een nationale wedstrijd voor consumenten met leuke prijzen (een safari dankzij Selectair, een jaar lang shopplezier voor je huisdier bij Maxi Zoo enz.) en drukten hiervoor 2.000.000 flyers die uitgedeeld werden bij 3.000 deelnemende handelaars (enkel leden). Dit resulteerde in meer dan 23.000 klanten die deelnamen.



... op sociale media

Sociale media zijn niet meer weg te denken uit onze communicatiecampagne, zowel naar handelaars als naar consumenten. Het geeft eindeloze mogelijkheden en kansen tot interactie met de doelgroep. We voorzien zowel gewone posts als betaalde posts om het bereik zo groot mogelijk te maken. We maken hiervoor gebruik van Facebook, Twitter, Instagram en LinkedIn.

De organische posts worden met elke editie belangrijker en de hashtags #weekendvande klant en #weekenddu client wordt steeds vaker gebruikt. Vooral op Instagram leefde het event echt, met 3.073 gedeelde posts. Dit zijn er 51% meer dan vorig jaar. De meest succesvolle posts waren foto's van attenties van handelaars, sfeerbeelden van de stad en inspirerende quotes.

De Facebookcampagne naar de handelaars liep van 9 augustus tot 15 september en richtte zich tot de handelaars om hen te doen inschrijven voor 15 september voor een gratis promopakket. We gebruikten verschillende, kleurrijke beelden en verwezen naar het gratis promopakket. De advertenties werden meer dan 600.000 keer gezien en we bereikten zo'n 160.000 handelaars.

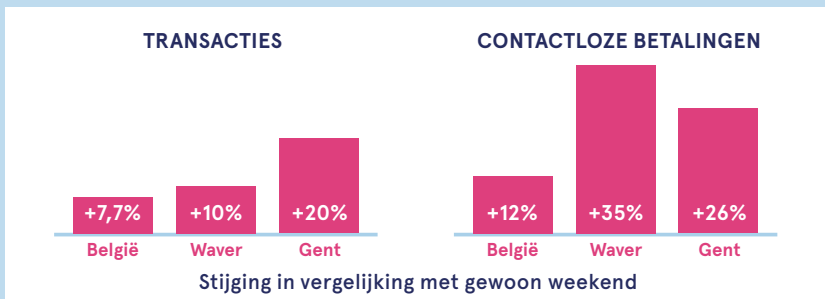
De campagne naar de consumenten liep vanaf 16 september en richtte zich vooral op de nationale wedstrijd. Zo veel mogelijk mensen naar de deelnemende winkels krijgen om deel te nemen maar uiteraard ook om de omzet van de handelaar te verhogen. De advertenties werden zo'n 2 miljoen keer weergegeven en we bereikten meer dan een half miljoen Belgen.



... in de Weekendsteden

Elke editie kiezen we twee Weekendsteden, eentje in Vlaanderen en eentje in Wallonië. In 2018 waren dit Gent en Waver. De weekendstad is de uitvalsbasis voor het Weekend van de Klant, waar ook de persconferentie doorgaat en een VIP-receptie georganiseerd wordt voor de lokale handelaars, prominenten en alle partners. Een gezellige opening en een interessant netwerkmoment. Tijdens de perswandeling brengen we met nationale en regionale pers en in het kielzog van het stadsbestuur, de CEO's van onze organisaties en de hoofdparters een bezoekje aan lokale winkels die in kader van het Weekend een originele actie organiseren.

Dankzij een goede samenwerking met het stadsbestuur en lokale (handelaars)verenigingen is er in de aanloop naar het evenement veel visibiliteit in en voor de Weekendstad. In Vlaanderen werken we daarenboven nauw samen met MNM die creatief mee nadenkt voor de best mogelijke impact in de betrokken stad, via een live-uitzending, via concertjes, via een wedstrijd of via andere acties. In Wallonië is onze partner Bel RTL die op haar beurt leuke suggesties doet naar samenwerkingsmogelijkheden. Ook onze (hoofd)partners organiseren verwenacties. Zo kregen klanten die contactloos betaalden in Waver of Gent een bon voor een lekkere wafel dankzij Worldline en Bancontact. Allemaal met hetzelfde doel: klanten in de Weekendstad extra in de watten leggen.





Feestelijk weekend in heel België





Meer info?

Ann leven

Project manager
Weekend van de Klant – Comeos
0486/42.50.07

Carol Dannevoye

Project manager
Weekend van de Klant – UCM
0477/93.74.42

Kim Mampaey

Project manager
Weekend van de Klant – UNIZO
02/21.22.526



www.facebook.com/WeekendvandeKlant
www.facebook.com/weekendduclient



@WeekendvdKlant
@WeekendduClient

info@weekendvandeKlant.be en info@weekendduclient.be
www.weekendvandeKlant.be en www.weekendduclient.be



unizo



comeos



ucm