

DE BEHOEFTE EN POTENTIE VAN ONLINE/OFFLINE ZICHTBAARHEID IN HORECA NL

MENUEZ DECEMBER 2021

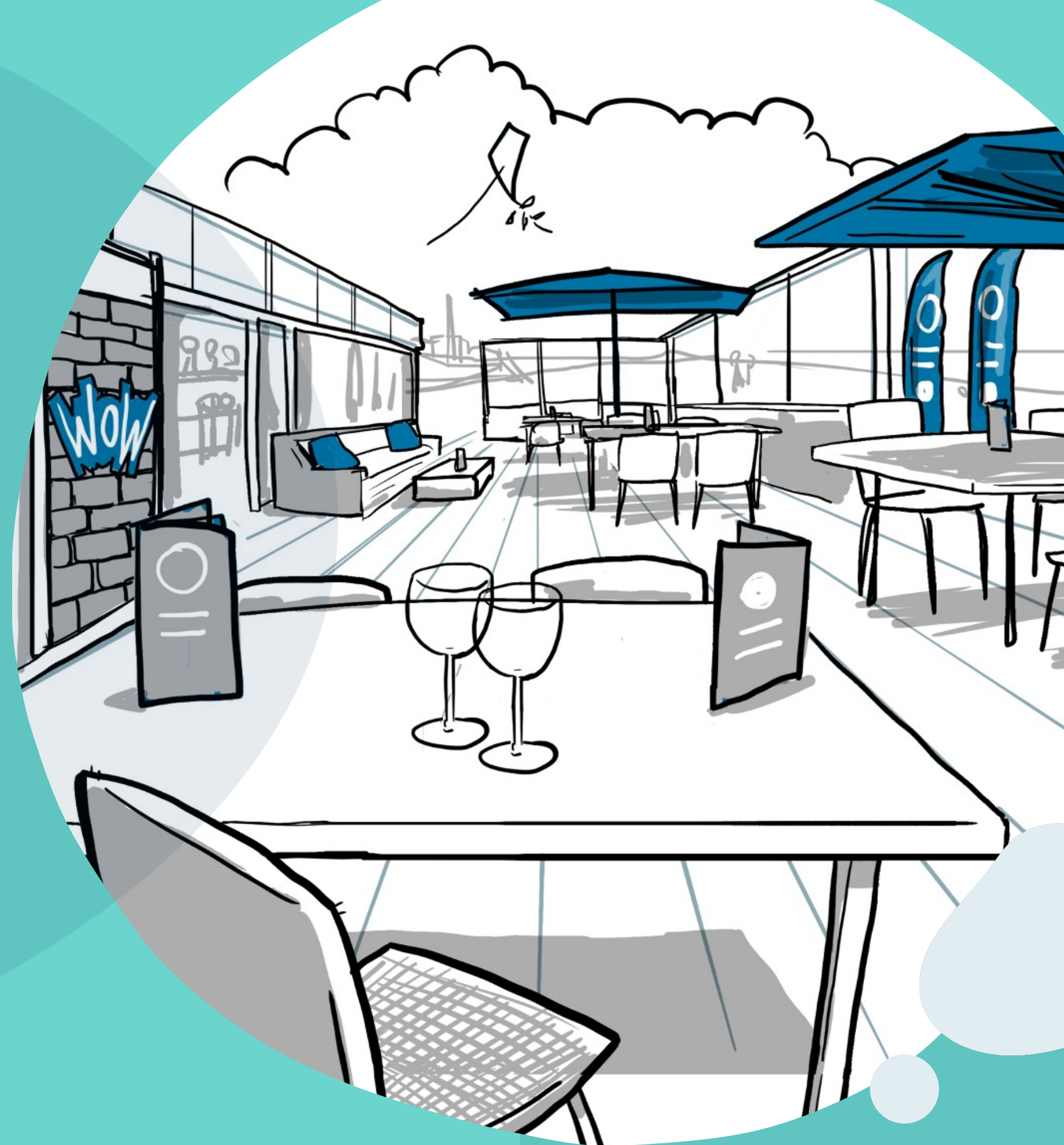
HOOFDONDERWERPEN

Promotiemateriaal

Menukaart

Online zichtbaarheid

Marketingbijdrage





ACHTERGROND

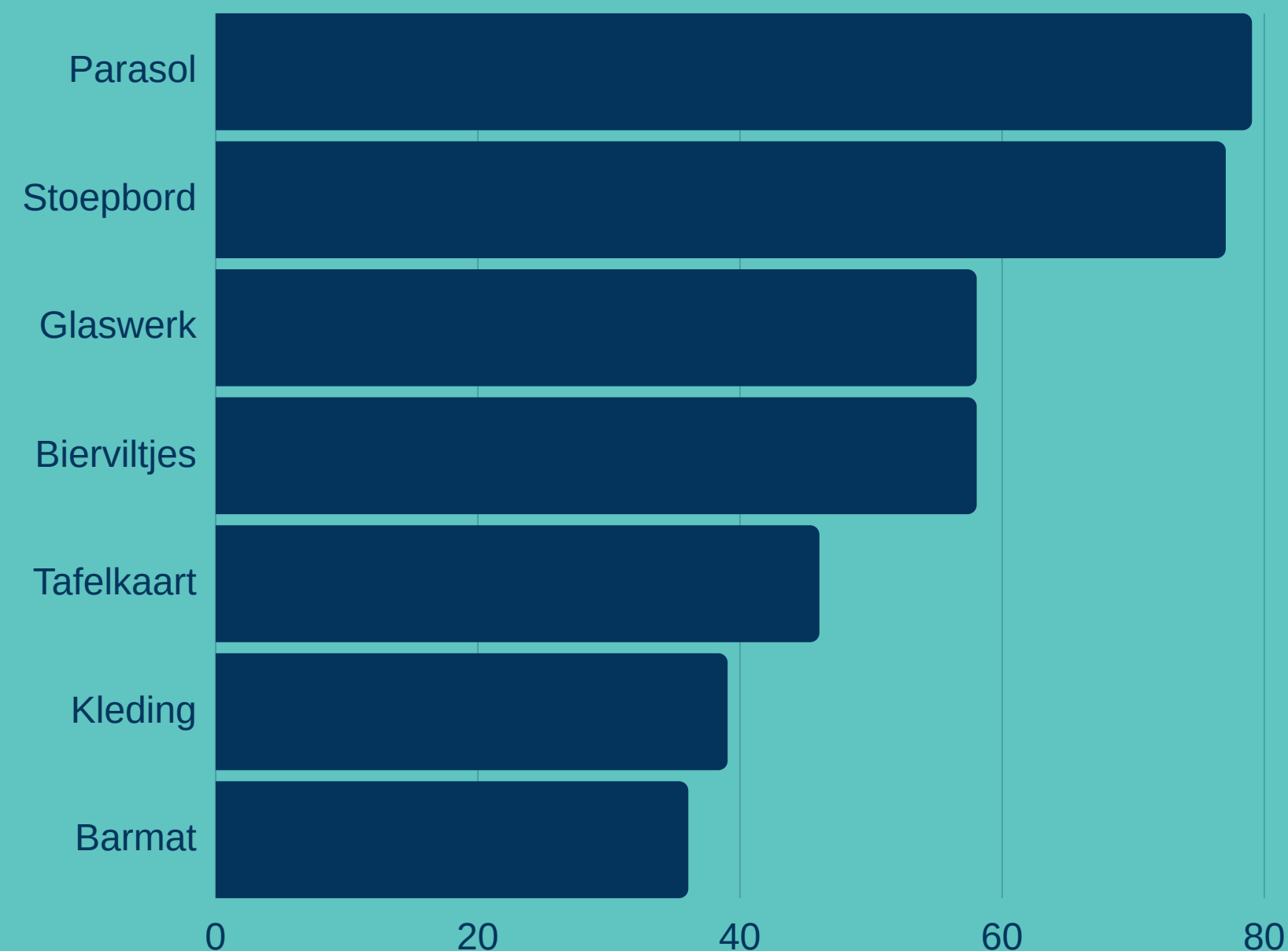
Het onderzoek heeft plaatsgevonden in de maanden mei en juni 2021. Door de corona-restricties is het onderzoek afgenomen bij 100 zelfstandige horecazaken met terras, voornamelijk cafés en strandtenten in Amersfoort, Amsterdam, Bloemendaal, Den Bosch, Dordrecht, Groningen, IJsselstein, Rotterdam, Sneek, Utrecht, Vianen, Woerden en Zandvoort.

The background is a solid medium blue color. It features several large, overlapping, organic shapes in a lighter shade of blue. These shapes are positioned in the corners and along the sides, creating a sense of depth and movement. The central text is white and stands out prominently against the blue background.

PROMOTIEMATERIAAL

MEEST GEBRUIKTE MATERIALEN

Parasols, stoepborden, bierviltjes en glaswerk worden door de horecaondernemer het meest ingezet om zichtbaarheid te creëren voor de horecazaak.



HUISSTIJL

49% van de horecaondernemers vindt het **zeer** belangrijk dat de promotiematerialen volledig zijn opgemaakt in eigen huisstijl.

LOGO IS VOLDOENDE

24% van de horecaondernemers vindt dat het design van promotiematerialen belangrijk is, maar staan open om te werken met merkdesigns waar enkel het logo op staat.

The background is a solid blue color with several large, overlapping, organic shapes in a lighter shade of blue. These shapes are positioned in the corners and along the sides, creating a modern, abstract design.

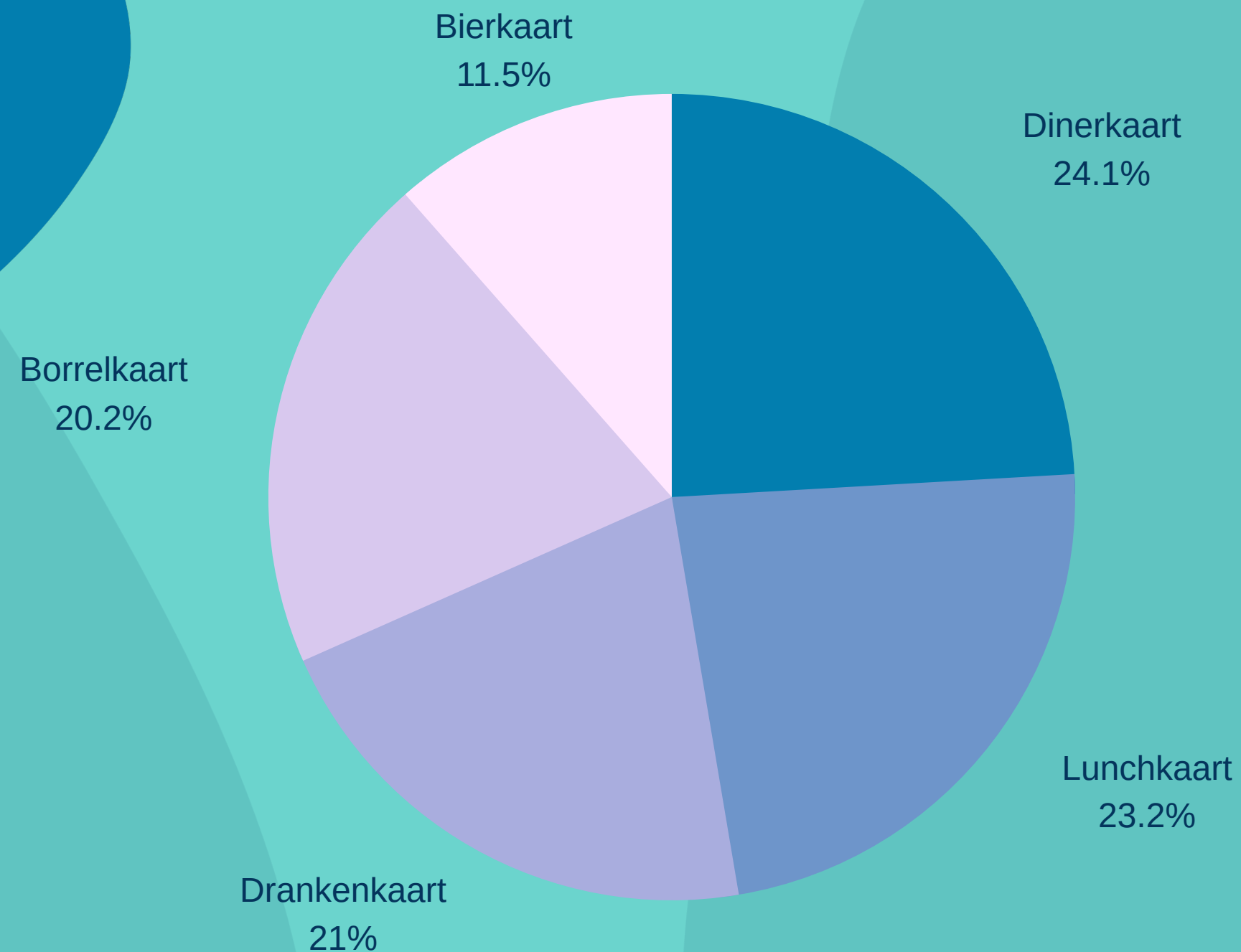
MENUKAARTEN

5 MENUKAARTEN

Horecaondernemers gebruiken gemiddeld 5 menukaarten. Diner- en lunchkaarten zijn het meest populair.

3 KEER PER JAAR

Een horecazaak wisselt 2 of 4 keer per jaar van kaart ivm seizoenen.





92%

VINDT HET DESIGN VAN
DE MENUKAART ZEER
BELANGRIJK EN WIL DE
MENUKAART VOLLEDIG IN
EIGEN HUISSTIJL.

20%

MAAKT GEBRUIK VAN EEN
DIGITALE MENUKAART DOOR
MIDDEL VAN EEN QR-CODE.

ONLINE MEDIA

DIGITALE MENUKAART

29% van de horecaondernemers geeft aan interesse te hebben in de digitale menukaart, bij voorkeur in combinatie met QR code.

SOCIAL MEDIA

50% heeft interesse in meer online zichtbaarheid door middel van sociale media posts, maar wordt daar door gebrek aan kennis en tijd graag bij geholpen.

ONLINE BANNERING

1/3 van de ondernemers heeft interesse in online advertenties, maar wordt daar door gebrek aan kennis en tijd graag bij geholpen.



The background is a solid blue color with several large, overlapping, organic shapes in a lighter shade of blue. These shapes are positioned in the corners and along the sides, creating a modern, abstract design.

MARKETINGBIJDRAGE

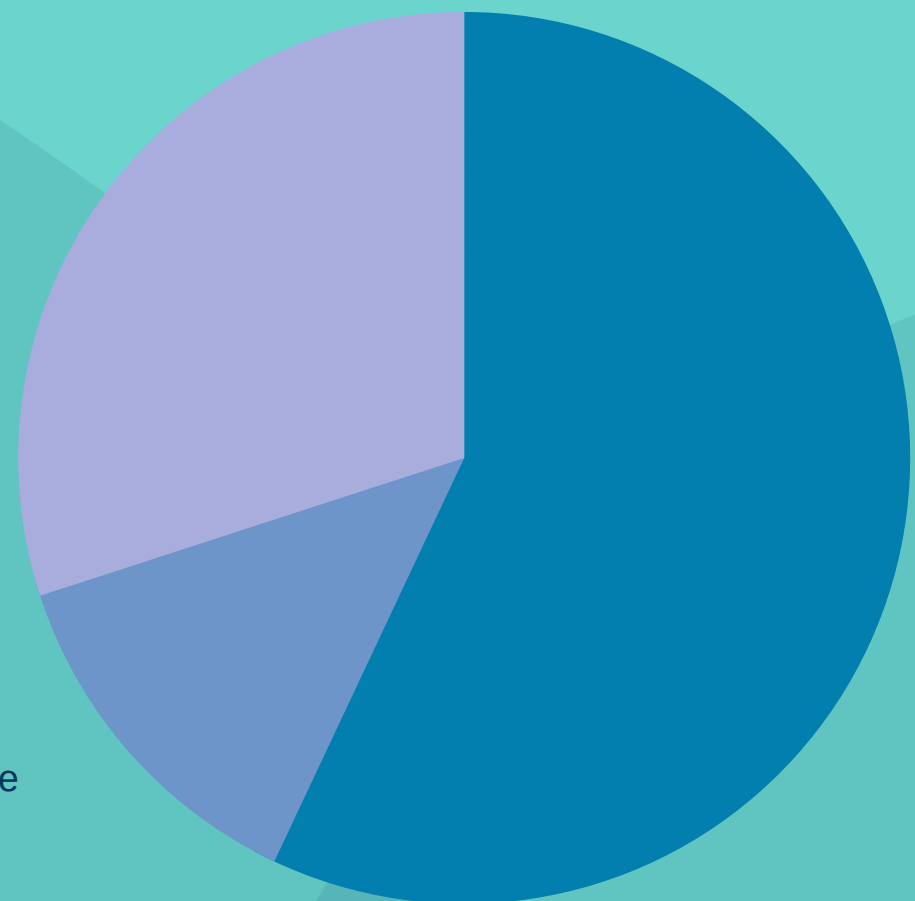
80%

VAN DE ONDERNEMERS HEEFT
INTERESSE IN EEN MARKETINGBIJDRAGE
VAN DE FABRIKANT

Geen interesse
30%

Ja, financiële bijdrage
13%

Ja, gratis
promotiemateriaal
57%



ONLINE & FYSIEK

Van de ondernemers die interesse hebben in een marketingbijdrage heeft 63% interesse in online en fysieke promotiematerialen vanwege de dure aankoop die zij anders zelf moeten maken.



71%

VINDT HET BELANGRIJK
DAT MINIMAAL HET LOGO
VAN DE ZAAK OP DE
POS-MATERIALEN STAAT

2/3

DAARVAN WIL DE OPMAAK
VOLLEDIG IN EIGEN HUISSTIJL

WAT ONS OPVIEL

MEER ZICHTBAARHEID

73% van de horecaondernemers wil haar zichtbaarheid zowel online als offline vergroten.

PROMOTIEMATERIALEN

Mede door de hoge investeringskosten van promotiematerialen is er veel behoefte aan fysieke marketingbijdragen vanuit fabrikanten.

PERSONALISATIE

71% van de horecaondernemers vindt het belangrijk dat minimaal het logo van de zaak op de POS-materialen staat.

ONLINE

Online is nog relatief nieuw terrein en biedt daardoor veel kansen: social media posts, online advertenties (lage kosten en groot bereik) en digitale menukaart.

VRAGEN OF OPMERKINGEN?
STEL ZE GERUST

TELEFOON

+31 (0) 307 610 371

E-MAIL

info@menuez.nl

