



Alladin

ALLADIN - SCHERMEN

Onderzoeksrapport

Alladin is een onderdeel van
Amsterdam Visitor Marketing

De cijfers

57% van de mensen en toeristen die de campagnes op onze schermen bekijkt, is **positief** over *the look and feel* en zegt dat de campagnes hun interesse opwekken

70% van de ondervraagden vindt dat de boodschappen op de digitale schermen **voldoende informatie** bevatten, 30% zegt dat het nog ietsje meer had mogen zijn

79% wordt dankzij de digitale screens **duidelijk** gewezen op wat er allemaal te doen is in Amsterdam

70% van het aantal mensen doet **actief** iets met die informatie en **maakt plannen** aan de hand van wat zij zien

73% van het aantal mensen dat de campagnes bekijkt, krijgt via de schermen **nieuwe informatie** en input

70% van de ondervraagden vindt dat de campagnes **enthousiasmerend** werken en **de interesse** extra **verhogen**

De lijstjes

Top 5: in welke informatie op de schermen ben je vooral geïnteresseerd?

1. De belangrijkste bezienswaardigheden van Amsterdam (48%)
2. Restaurants (26,5%)
3. Musea (25,5%)
4. Uitgaan (22%)
5. Evenementen (22%)

* meerdere antwoorden waren mogelijk

Top 6: welke informatie zou je meer op de schermen willen zien?

1. Evenementen (36%)
2. Uitgaan (26%)
3. De belangrijkste bezienswaardigheden van Amsterdam (26%)
4. Restaurants (26%)
5. Musea (21%)
6. Winkelen (9%)

* meerdere antwoorden waren mogelijk

Top 3: wat zou je zelf op de schermen willen zien?

1. Nog een informatieve campagnes (45%)
2. Meer beelden en foto's (26%)
3. Meer video graphics (24%)

* meerdere antwoorden waren mogelijk

De Reviews

Meer impact

“Het scherm is een relevante toevoeging in onze lobby. Bewegend beeld heeft nu eenmaal meer impact. We willen onze gasten graag informeren over wat er te doen is in Amsterdam. Niet alleen in het algemeen, maar juist vandaag, op dit moment. Dankzij de actuele informatie op de schermen kan dat.”

Easy Hotel, Joram van Kesteren, hotel manager

Meer interactie

“De digital screens zorgen voor meer interactie met onze gasten. Ze staan vaak te wachten in de lobby en dan zie je ze even snel naar het scherm kijken. Gasten komen vervolgens extra informatie bij ons opvragen over iets dat ze gezien hebben. ‘Ik zag een restaurant op het scherm, kunt u vertellen waar dat is?’ Of: ‘Ik zag een attractie met korting, heeft u daar meer info over?’ Op die manier kunnen we hen goed helpen en gericht wijzen op wat er te doen is in de stad.”

Avenue Hotel, Rianne Kaminski, rooms division manager

Meer zichtbaarheid

“De schermen werken goed. Als adverteerder word je gezien door je doelgroep. En de hotelgast wordt getriggerd om iets met deze informatie te doen. Wij draaien veel tijdelijke campagnes op de schermen. Zo adverteerden we met een Metallica-event. Dat deze vorm van adverteren goed werkt, merkten we meteen. Gasten vroegen veel naar het event en refereerden aan de schermen, waarop ze het hadden gezien.”

Hard Rock Café, Kimberly Mai, sales en marketing manager

Meer informatie

“Het scherm geeft mijn gasten in het hotel meer informatie. Veel meer dan we voorheen aanboden. Dat is prettig. De mensen die hier verblijven, staan daarom heel geregeld voor het digitale scherm. Daarbij ziet het er mooi uit: heel simpel en strak.”

Kings Court, Yun Mai Hu, general manager