

-Waarom waren bepaalde halloween campagnes succesvol, of juist niet? Best, good and bad practices.(pjotr)

Uit mijn bronnen onderzoek blijkt dat succesvolle fast-food halloween campagnes zich niet bezighielden met inspelen op gebeurtenissen. Zo zijn er een paar campagnes die per ongeluk ten onder zijn gegaan omdat ze onwetend een referentie hebben gemaakt naar gevoelige topics.

Het is belangrijk dat je iets maakt wat makkelijk en leuk is om te delen op social media. Als je iets maakt wat zich leent aan het ontstaan van een meme dan is dat ook een plus. Met halloween kan je ook best out of the box denken sinds je iets engs kan toevoegen, wat normaal niet verstandig is.

Uit alle campagnes blijkt dat het helpt als je iets gratis, of met korting, weggeeft. Onze stakeholder heeft ons wel verteld dat mensen sneller geneigt zijn om kortingen te gebruiken als ze er iets voor hebben gedaan.

Als het mogelijk is kan je ook een vriendelijke por geven aan de competitie, mensen zien dit als grappig en het is onverwachts.

Deze campagne was goed ontvangen. Op het internet was het een groot succes, helaas moeten we daarop de aanname maken dat het de verkoopcijfers heeft geholpen, sinds die nergens te vinden zijn. <https://www.creativebloq.com/news/maccies-halloween-ad>

Sinds de McDonald's internationaal is, moet je goed opletten dat je slogan niet per ongeluk een verwijzing maakt naar een tragedie.

<https://nos.nl/artikel/2308490-mcdonald-s-biedt-excuses-aan-voor-sundae-bloody-sundae-slogan>

Omdat het eten momenteel erg duur is, moet je in de hashtags daar geen verwijzing naar maken.

<https://www.prolificnorth.co.uk/news/advertising-news/2022/10/mcdonalds-new-halloween-campaign-social-media-disaster>

Dit soort campagnes zijn duurder maar ze blijven een stuk langer relevant op social media. Ze worden ook goed ontvangen omdat het onverwachts en grappig is.

<https://bettermarketing.pub/burger-king-dressed-up-as-mcdonalds-for-halloween-genius-or-not-e61655c5d0d2>

"The ads drove talkability downloads, and first-party owned media connections, all while driving down the cost of marketing."

<https://www.performancemarketingworld.com/article/1803233/devils-data-5-best-halloween-marketing-campaigns-time>

"More than 1,500 restaurants around the globe got involved, giving free Whoppers to 115,000 hungry clowns. Even then, sales increased up to 25% in some countries."

<https://jose-sancho.com/scary-clown-night>

A big, splashy TV commercial that airs across the country might make the media agency happy, but will it show up in your Instagram feed? Get made into a meme?

https://www.oneclub.org/downloads/Young_Ones/BurgerKing_YoungOnes_Brief.pdf

-Hoe word Halloween gevierd in Nederland?(pjotr)

De manier waarop wij Halloween vieren in Nederland is grotendeels overgenomen van Amerika.

<https://www.beleven.org/feesten/halloween/halloween.php>

<https://12-15.jeugdbibliotheek.nl/weten/info-voor-werkstuk-en-spreekbeurt/kunst-en-cultuur/halloween.html>

<https://bertvanzantwijk.com/2020/10/08/halloween/>

-Welke trends zijn tijdens halloween populair? Trend analysis. (Dennis)

Cijfers 2022:

6% doet actief mee aan een spooktocht

4% versierd huis of tuin zonder actief mee te doen

[https://www.vbz.nl/nieuws/een-op-tien-nederlanders-besteedt-aandacht-aanhalloween#:~:text=Den%20Haag%2C%2026%20oktober%202022,\(formeel%20op%2031%20oktober\)](https://www.vbz.nl/nieuws/een-op-tien-nederlanders-besteedt-aandacht-aanhalloween#:~:text=Den%20Haag%2C%2026%20oktober%202022,(formeel%20op%2031%20oktober))

Snoep ophalen

spooktocht

Events

Pompoen

Pompoenen zie je elk jaar terug bij halloween. Dit is dan ook een trend tijdens halloween. De vraag naar pompoenen stijgt fors de laatste jaren.

-Welke doelgroep is betrokken bij Halloween? Literature Study (Lucas)

Halloween is niet al te bekend in Nederland, zo komt de traditie origineel uit Amerika. Toch viert zo 17% van de Nederlandse populatie Halloween en zo 6% doet actief mee aan het feest. Die groep valt vaak onder de leeftijd tot 35 jaar, maar het kan ook nog vergroot worden tot 45 jaar. Zo zouden de tot 45 jaar groep niet actief meedoen met het feest, maar zullen ze wel geld uitgeven aan bijvoorbeeld decoratie. Door de jaren heen begint men ook meer deel te nemen aan het feest, zo doen steeds meer attractieparken een Halloween events. Veel evenementen zijn bij attractieparken vaak gaan ouders met hun kinderen daarnaartoe. Als het park sluit moeten de families vaak nog lang rijden. McDonalds is dan optimaal voor een snelle bite, ook helpt de tot 45 jaar doelgroep daarmee zo betalen zij vaak voor de evenementen.

Omdat voornamelijk attractieparken Halloween promoten, kunnen we concluderen dat voornamelijk de doelgroep tussen de 18 en 24 geïnteresseerd zijn in Halloween. Verder market McDonalds op die doelgroep online, zo is die doelgroep voornamelijk online.

<https://www.motivaction.nl/actualiteiten/nieuwsberichten/trick-or-treat-de-viering-van-halloween-in-nederland>

<https://www.vbz.nl/nieuws/een-op-tien-nederlanders-besteedt-aandacht-aan-halloween>

<https://vakantietop7.nl/halloween-evenementen/>

<https://reis-liefde.nl/halloween-nederland-activiteiten-evenementen-uitjes-met-kinderen/>

<https://zakelijk.infonu.nl/marketing/24210-marketingplan-mcdonalds.html#:~:text=Mensen%20tussen%20de%2030%20en,als%20een%20feest%20voor%20kinderen.>

<https://studentensteden.nl/hoe-bereik-je-studenten-en-wie-zijn-zij>