

SPONSOR

HET

GROOTSTE DHZ-EVENEMENT

IN VLAANDEREN

6 TOT 14 MEI



www.weekvandedoehetzelf.be

BOOST VOOR UW IMAGO EN UW OMZET

**WEEK
VAN DE
DOE
HET
ZELF**

MEI 2016

M	D	W	D	V	Z	Z
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

De Week van de Doe Het Zelf is een groot-schalig initiatief dat elke potentiële klusser ervan moet overtuigen dat klussen helemaal niet moeilijk hoeft te zijn.

Met de boodschap “**Ook jij kan klussen**” willen we de volledige Belgische bevolking – ongeacht leeftijd, opleiding of geslacht – ervan overtuigen dat hij/zij in staat is een DHZ-klus tot een goed einde te brengen. Bovendien focust het event ook op het feit dat meer zelf doen een uitstekende manier is om projecten op een betaalbare manier te realiseren.

Door de drempelvrees te verlagen en het financieel voordeel in kaart te brengen, zetten we aan tot klussen en stimuleren we zonder twijfel de verkoop van materiaal en gereedschap voor de uitvoering van de klussen.

► **SAVE THE DATE!**

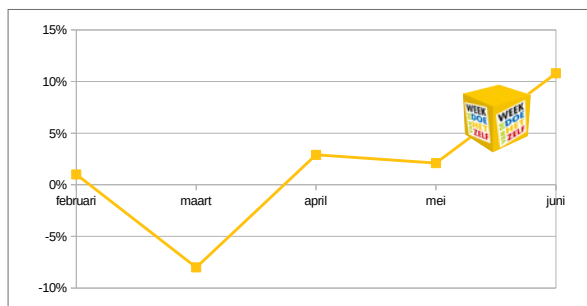
- > Grootste DHZ-evenement in België
- > Positieve impuls voor het imago van de doe-het-zelf
- > Boost voor de verkoop van dhz-materiaal en gereedschap

De Week van de Doe Het Zelf biedt u ook de mogelijkheid om als sponsor deel te nemen aan het event en zo uw merk nog beter te profileren bij de potentiële zelfbouwers,

verbouwers en doe-het-zelvers en de verkoop van uw merk maximaal te stimuleren. Ontdek snel de voordelen als sponsor van de Week van de Doe Het Zelf!

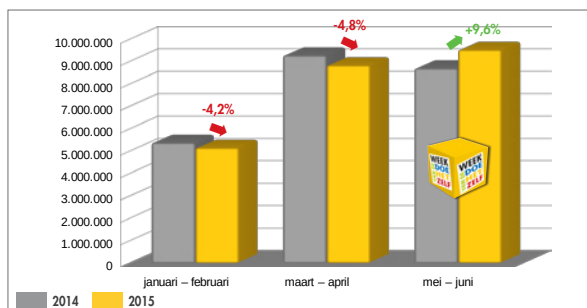
EVOLUTIE DHZ-MARKT

TOTALE DHZ-MARKT VAN FEBRUARI T.E.M. JUNI 2015 IN %



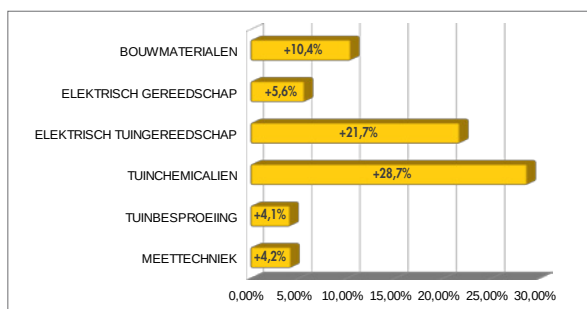
Na een moeilijke start van 2015 tonen april en mei een gestage groei van 2,9% en 2,1% respectievelijk. Juni scoort uitstekend met een double digit groeicijfer van 10,8%.

EVOLUTIE SALES UNITS 2015 VS. 2014



Niettegenstaande een daling in de periodes januari–februari en maart–april herpakt de DHZ-sector zich vanaf mei–juni en zet ook meteen een beter verkoopcijfer neer t.o.v. dezelfde periode vorig jaar.

EVOLUTIE OMZETCIJFERS PRODUCTSEGMENTEN



Verschillende productsegmenten tekenen in de periode mei-juni 2015 een middelmatige tot sterke groei in omzet t.o.v. dezelfde periode vorig jaar.

De DHZ-markt leeft na een slechte start van 2015 opnieuw op in april. Niet toevallig ook de start van de mediacampagne van de Week van de Doe Het Zelf en meteen ook een positieve impuls voor de maanden mei en juni. Meer nog, navraag bij de deelnemende winkelpunten heeft uitgewezen dat ze tijdens die periode substantieel beter presteerden dan het marktgemiddelde.



DEELNEMERS POSITIEF OVER EERSTE EDITIE

De eerste editie van de Week van de Doe Het Zelf vond plaats van 15 tot 23 mei 2015 en promootte het klussen over heel Vlaanderen.

De deelnemers van de voorbije editie waren alvast positief; een greep uit de reacties.

"VEEL EXTRA VOLK IN DE WEEKENDS"



Wat hebt u georganiseerd?

"Wij hadden een combinatie van demo's en prijsacties. In drie demodagen rond verf behandelden we houtveredeling, tips & tricks en kleuradvies."

Welke reacties ontving u van uw klanten?

"We kregen veel positieve reacties. Het evenement was ook mooi



aangekondigd via de website. Zeker in de weekends stroomde er veel extra volk toe."

Zou u volgend jaar opnieuw deelnemen?

"Zeker en vast, voor de eerste editie was dit een voltreffer."

"COMBINATIE MET OPENDEURDAGEN WAS SCHOT IN DE ROOS"



Wat hebt u georganiseerd?

"De eerste dagen hebben we telkens een speciale korting gegeven op een deel van het assortiment, nadien hadden we onze eigen opendeurdagen die we met de actie lieten samenvallen."

Welke reacties ontving u van uw klanten?

"Er is veel volk naar de opendeur-



dagen gekomen, dat was een schot in de roos. Veel klanten hadden het spotje gezien."

Zou u volgend jaar opnieuw deelnemen?

"We zijn van plan om dit nog meer te combineren."

"VEEL AANGESPROKEN OP ACTIE"



Zou u volgend jaar opnieuw deelnemen?

"Het was een tof initiatief, dat mag terugkeren, zeker met ondersteuning van de leveranciers."

Wat hebt u georganiseerd?

"We hielden demo's over ontstoppen en kleuradviesessies. Ook kortingsacties vielen in de smaak."

Welke reacties ontving u van uw klanten?

"Veel mensen spraken ons aan, omdat ze ons op televisie gezien hadden."



"GESCHENK VOOR KLANTEN"



Zou u volgend jaar opnieuw deelnemen?

"Het was positief, zeker als we volgend jaar nog meer zelfstandigen zouden meekrijgen."

Wat hebt u georganiseerd?

"Wij vierden ons vijftienjarige bestaan met kortingsacties en een geschenkje voor de klanten."

Welke reacties ontving u van uw klanten?

"Veel klanten vonden deze appreciatie erg leuk."



"VEEL IDEEEN OPGEDAAN"



ideeën opgedaan voor volgend jaar, zoals een parkingverkoop. Dat nemen we mee."

Wat hebt u georganiseerd?

"Wij gaven heel de maand 20% korting op het hele assortiment."

Welke reacties ontving u van uw klanten?

"De actie sloeg zeker aan, ja."

Zou u volgend jaar opnieuw deelnemen?

"Ja. We hebben ook veel



EVENTAANBOD

De Week van de Doe Het Zelf wordt via een grootschalige multimediale campagne aangekondigd bij het grote publiek:

TELEVISIE

Commercials in primetime uitgezonden op DOBBIT tv, Acht, FOXLife, Kanaal Z en National Geographic vanaf april 2016.

De televisiespot brengt de Week van de Doe Het Zelf massaal onder de aandacht van tv-kijkend Vlaanderen.



Bekijk de televisiespot 2015

PRINT

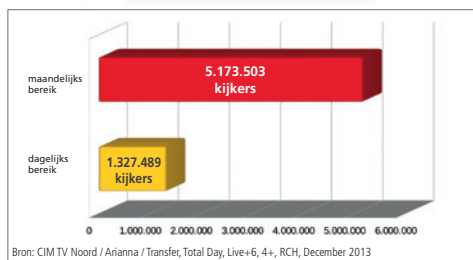
Naast de geplande media-uitgaven contacteert onze persdienst ook de nationale en regionale redacties om een maximale impact te garanderen in de geschreven pers. Via de extra aandacht in de geschreven pers bereiken we een groot lezerspubliek in Vlaanderen.

RADIO

De radiospots zijn een perfecte aanvulling op de tv- en printcampagne. Door tijdens de dag ook op antenne aanwezig te zijn, versterken we de boodschap van de campagne en genereren we traffic naar de deelnemende DHZ-winkels.



Beluister de radiospot 2015



ONLINE

Alle aspecten van de Week van de Doe Het Zelf worden dagelijks bijgehouden op de website www.weekvandedoehetzelf.be. De site bundelt alle praktische informatie met betrekking tot het event. Alle partners en deelnemers krijgen een vermelding op de site en in de nieuwsbrief.

VOORDELEN

Zet uw merk via sponsoring extra in de kijker tijdens de Week van de Doe Het Zelf. Door consumenten zo vertrouwd te maken met uw merk, creëert u een positieve houding t.a.v. het merk en verhoogt u aanzienlijk de kans dat ze voor uw merk kiezen op het moment van aankoop:

MEER MEDIA-AANDACHT / VISIBILITEIT / VERKOOP

Door in te zetten op een multimediale campagne zal het event en uw merk niemand nog ontgaan. Als sponsor geniet u een maximale visibiliteit in alle communicatie wat ongetwijfeld een positieve weerslag heeft op de verkoop van uw merk.



MINDER KOSTEN / WERK

De sponsorbijdrage is veel lager dan wanneer u zelfstandig eenzelfde mediacampagne zou moeten produceren. Bovendien nemen we het beheer van de mediacampagne voor onze rekening waardoor uw tijdsinvestering wordt geminimaliseerd.

IMAGO VERSTERKEN

Door te focussen op de talrijke voordelen van het doe-het-zelven, versterken we niet enkel het imago van de sector maar creëren we eveneens ook een duidelijke meerwaarde voor uw merk en bereikt u zo het juiste publiek op een positieve manier.



SPONSORDEELNAME

SPONSORING € 10.000 (excl. btw)

SPONSORBUDGET

100%

TERUGBETAALD

uw logo op alle communicatie (deadline 31/3)

+

Uw geïnvesteerde sponsorbudget volledig terugbetaald in spots op DOBBIT tv naar rato van 60 euro per 30" of 166 commercials van 30"

5 GOEDE REDENEN OM UW MERK EXTRA TE PROFILEREN TIJDENS DE WEEK VAN DE DOE HET ZELF

- 1 U geniet van een uitgekende visibiliteit voor, tijdens en na het event
- 2 U bereikt de juiste doelgroep van zelfbouwers en doe-het-zelvers
- 3 U geniet positief imago door associatie met grootste doe-het-zelfevenement in de sector
- 4 U bouwt een duidelijk meerwaarde op voor uw merk
- 5 U stimuleert de meerverkoop van uw merk

Ook interesse om dit event te sponsoren?

Contacteer

Pieter De Clerck - pid@pmg.be - +32 (0)50/24.04.04

Yenté Claeys - ycl@pmg.be - +32 (0)50/24.04.04